



**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH PENABUNG PADA PT. BANK TABUNGAN
NEGARA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG DENPASAR**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar S1 Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen*

Diajukan Oleh :

AHMAD NADIF NURFAIZI

NIM : 19.104370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA

PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS

NASABAH PENABUNG PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA

(PERSERO) TBK KANTOR CABANG DENPASAR

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Pada :

Hari/Tanggal . : Sabtu/22 Juli 2023

Jam : 09.00-11.00

Tempat : Ruang Ujian Skripsi ITS Mandala

Disetujui Oleh Tim Penguji Skripsi :

Drs. Karim Budiono, M.P.

Ketua Penguji

Hayatul Maspufah, S.P., M.M.

Sekretaris Penguji

Dra. Haifah, M.M.

Anggota Penguji

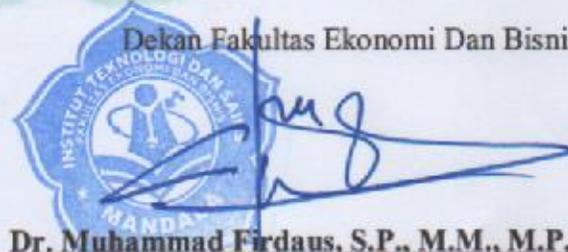
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Dr. Tamriatin Hidavah, S.E., M.P.

NIDN. 0007106601


Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P., CIOaR

NIDN. 0008077101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA

**PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
NASABAH PENABUNG PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
(PERSERO) TBK KANTOR CABANG DENPASAR**

Nama : Ahmad Nadif Nurfaizi

NIM : 19.104370

Program Studi : Manajemen

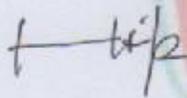
Minat Studi : Manajemen

Mata Kuliah Dasar : Manajemen SDM

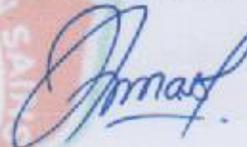
Disetujui Oleh :

DOSEN PEMBIMBING UTAMA

DOSEN PEMBIMBING ASISTEN

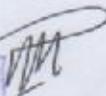
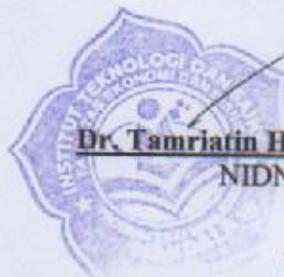


Dra. Haifa, M.M.
NIDN. 0721066602



Hayatul Maspufah, S.P., M.M.
NIDN. 0713076903

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Tamriatin Hidayah, S.E., M.P.
NIDN. 0007106601

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Nadif Nurfaizi
NIM : 19.104370
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen
Mata Kuliah Dasar : Manajemen SDM

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Denpasar" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 22 Juli 2023

Yang membuat pernyataan


Ahmad Nadif Nurfaizi

MOTTO

“Mudah untuk menghindari tanggung jawab kita, tetapi kita tidak bisa menghindari konsekuensi dari menghindari tanggung jawab kita.”

Josiah Charles Stamp

“Sukses tampaknya terkait dengan tindakan. Orang sukses terus bergerak. Mereka membuat kesalahan, tetapi mereka tidak berhenti.”

Conrad Hilton

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menjadikan saya sebagai pribadi yang berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan yang saya peroleh menjadi langkah awal untuk menggapai cita-cita saya. Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

1. Orang tua saya, terimakasih atas dukungan serta limpahan doa yang tak berkesudahan, serta semua hal terbaik yang telah dilakukan.
2. Ibu Ka. Prodi Manajemen, Dosen Pembimbing yang sudah memberikan motivasi, inspirasi, ilmu yang bermanfaat serta sabar membimbing saya.
3. Untuk semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
4. Teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2019, yang telah memberikan memori yang indah selama 4 tahun ini menjadi berarti.

Bagi semua pihak yang saya sebutkan, terimakasih atas semuanya. Semoga Tuhan senantiasa membalas semua kebaikan kalian sehingga menjadi berkah. Saya menyadari bahwa hasil karya skripsi ini jauh dari kata sempurna, tetapi saya berharap isi dari skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayahnya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Ekonomi pada minat studi Manajemen dalam program studi Manajemen di Institut Teknologi Dan Sains Mandala. Penelitian menyadari penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa pihak yang mendukung baik secara moril maupun materil. Maka, peneliti menyampaikan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P selaku Rektor Institut Teknologi Dan Sains Mandala.
2. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P, CIQaR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Tamriatin Hidayah, S.E.,M.P. selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Teknologi Dan Sains Mandala.
4. Ibu Dra. Haifa, M.M. yang selalu mengingatkan dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Hayatul Maspufah, S.P.,M.M. yang selalu sabar memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika juga seluruh karyawan Institut Teknologi Dan Sains Mandala.
7. PT. BTN KC Denpasar yang telah memberikan sumber informasi dan inspirasi dalam penelitian skripsi ini.

8. Seluruh informan dalam penelitian ini yang telah membantu memberikan informasi dalam penelitian skripsi ini.
9. Semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca. Peneliti juga mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun demi kesempurnaan penelitian skripsi ini.

Jember, 22 Juli 2023

Peneliti

Ahmad Nadif Nurfaizi

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME | v |
| HALAMAN MOTTO..... | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| HALAMAN KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| ABSTRAK..... | xvi |
| <i>ABSTRACT</i> | xvii |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 1.6 Tinjauan Pustaka | 13 |

| | |
|---|-----------|
| 1.7 Batasan Masalah..... | 29 |
| BAB II. METODE PENELITIAN..... | 30 |
| 2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian | 30 |
| 2.2 Teknik Pengambilan Sampel..... | 30 |
| 2.3 Metode Pengambilan Data | 31 |
| 2.4 Tahapan Penelitian | 33 |
| 2.5 Pendekatan dalam Analisis Data..... | 33 |
| 2.6 Keabsahan Penelitian | 35 |
| BAB III. HASIL PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Orientasi Kancha Penelitian | 37 |
| 3.1.1 Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) | 37 |
| 3.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero)..... | 38 |
| 3.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) | 39 |
| 3.1.4 Penjabaran Tugas PT. Bank Tabungan Negara (Persero)..... | 40 |
| 3.1.5 Penjabaran Tugas PT. Bank Tabungan Negara (Persero)..... | 48 |
| 3.2 Pelaksanaan Penelitian | 52 |
| 3.3 Temuan Penelitian..... | 53 |
| BAB IV. PEMBAHASAN..... | 55 |
| 4.1 Peranan <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar | 55 |
| 4.2 Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar | 59 |

| | |
|--|----|
| 4.3 Analisis <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar | 61 |
| 4.4 Analisis Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar | 63 |
| BAB V. PENUTUP | 66 |
| 5.1 Kesimpulan | 66 |
| 5.2 Implikasi..... | 66 |
| 5.3 Saran..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 1.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian..... | 11 |
| 3.1 Data Informan Penelitian | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 2.1 Komponen-Komponen Analisis Data | 34 |
| 3.1 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara KC Denpasar | 40 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Hasil Wawancara..... | 71 |
| Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara dengan Informan | 99 |

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana data akan dianalisis secara deskriptif yang berasal dari hasil wawancara, catatan, dan hasil pengamatan peneliti. Penelitian ini menggunakan wawancara yang dilaksanakan secara mendalam kepada setiap informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung telah melaksanakan pelayanan dengan baik dan secara maksimal. Loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk KC Denpasar sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan nasabah lama yang tetap menabung dan bertransaksi di bank tersebut, dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain.

Kata Kunci : *Customer Service*, Loyalitas, Nasabah Penabung

ABSTRACT

This research uses a qualitative descriptive approach where the data will be analyzed descriptively from the results of interviews, notes, and observations of researchers. This study used in-depth interviews with each informant. The results of this study indicate that the role of customer service in increasing depositor customer loyalty has carried out the service well and optimally. Savers customer loyalty to PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Denpasar Branch Office is very high. This is evidenced by old customers who continue to save and transact at the bank, with services that make them comfortable making transactions and continuing to use the services of the bank without switching to another bank.

Keywords: Customer Service, Loyalty, Savings Customers

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini termasuk sektor perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang sangat tajam. Seperti pada persaingan memperebutkan nasabah, persaingan antar bank dalam memperebutkan nasabah bukan hanya antar bank konvensional dan bank syariah, namun antar bank syariah pun saling bersaing dalam memperebutkan nasabah. Tidak hanya itu saja, salah satu tantangan lain dalam dunia perbankan yang tidak kalah penting adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah, karena tidak ada perusahaan yang akan mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari pelanggannya. Loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat profit yang stabil saat pasar mencapai tingkat kedewasaan, dan kompetisi bisnis begitu tajam, strategi defensif yang berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibandingkan dengan strategi agresif yang memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial.

Loyalitas pelanggan adalah suatu kondisi dimana pelanggan melakukan pembelian secara berulang dimasa yang akan datang sebagai bentuk kesetiaan

terhadap suatu produk atau jasa, meskipun banyak perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang sama. Sementara itu menurut Kotler dan Keller (2016:30), dalam bukunya yang berjudul *Marketing Management* mengatakan bahwa loyalitas (*loyalty*) sebagai bentuk komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah komitmen dari pelanggan untuk melakukan pembelian kembali di masa depan meskipun banyak perusahaan yang menawarkan produk yang sama dan berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Adapun ciri-ciri konsumen yang loyal terhadap barang atau jasa adalah melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Pelanggan atau konsumen yang menunjukkan ciri-ciri loyalitas di atas tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendorongnya. Faktor-faktor sebagai penyebab loyalitas pelanggan menurut Rambat Lupiyoadi (2011:91) diantaranya berfokus pada kepuasan pelanggan, hambatan pindah, dan program penghargaan atau apresiasi loyalitas (*loyalty reward*). Program penghargaan atau apresiasi loyalitas (*loyalty reward*) dimaksudkan untuk mempertahankan pelanggan dengan berusaha untuk meningkatkan kepuasan dan nilai kepada pelanggan tertentu. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa meningkatkan kepuasan dan

loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan jangka panjang.

Apresiasi loyalitas (*loyalty reward*) saat ini menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan perusahaan. Apresiasi loyalitas ini saling berhubungan dengan faktor lain yang dikemukakan oleh Rambat yaitu kepuasan nasabah atau pelanggan. Hal ini terjadi dengan harapan bahwa melalui apresiasi atau penghargaan dapat meningkatkan kesan positif dan perasaan puas. Sesuai dengan keterangan dari paragraf sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hambatan pindah menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Sementara itu menurut Bukhari Alma (2016:338) mengatakan bahwa dalam dunia perbankan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya seperti elemen tangible meliputi hal-hal berwujud yang tampak oleh konsumen seperti kantor yang strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapian kantor, seragam karyawan, penampilan formulir, penampilan buku tabungan dan sebagainya. *Reliability* yaitu kemudahan prosedur membuka tabungan, mengirim uang, menyelesaikan keluhan. *Responsiveness* yaitu kemampuan pegawai menangani keluhan dan kecepatan penanganannya, *customer service* yang cekatan dan sebagainya. *Assurance* yaitu perilaku petugas yang ramah dan penuh senyum, kepercayaan terhadap perusahaan, jaminan perasaan aman di bank. *Empathy* yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya.

Customer service mempunyai peranan yang begitu penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan atau nasabah. Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas termasuk dalam faktor *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Seorang *customer service* harus berperan baik dan cekatan dalam menangani nasabah, dibarengi dengan keramahan dan meletakkan perhatian penuh pada keluhan yang disampaikan nasabah. Melalui *customer service* yang professional dapat dibangun sebuah hubungan personal yang baik antara nasabah dan *customer service*. Kemudian ketika nasabah menganggap hubungan personal tersebut sebagai pengalaman yang baik maka akan timbul rasa terpuaskan dibenak nasabah tersebut, sehingga nasabah atau pelanggan yang puas akan menunjukkan ciri-ciri sebagai pelanggan atau nasabah yang loyal dengan melakukan pembelian secara berulang, menggunakan produk lainnya dari bank tersebut, mereferensikan kepada relasinya dan menunjukkan kekebalan terhadap produk dari bank lain.

Seorang *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. Selain itu *customer service* juga diharuskan untuk menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan dengan

sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Salah satu bank konvensional yang tetap eksis di Indonesia adalah PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Tbk. Secara umum PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Tbk. Mencatat banyak prestasi yang membanggakan bagi perekonomian di Indonesia. Peran Bank BTN semakin nyata seiring dengan kebijakan Pemerintah untuk memfasilitasi penyediaan rumah baru sebagai kebutuhan utama penduduk, yang terus tumbuh sebesar 800.000 rumah pertahun untuk masyarakat. Disamping fokus bisnis ini dibidang perumahan, Bank BTN juga menyediakan layanan perbankan umum yang luas dengan portofolio yang terus meningkat, baik disektor pendanaan, kredit maupun layanan, termasuk perbankan Syariah, untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengamati terkait peningkatan loyalitas nasabah penabung.

Penelitian dari Afifah, S. N. (2020), Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa *customer service* di BRI Syariah Kantor Cabang Jombang Wachid Hasyim memiliki peran yang penting dalam menjaga loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian dari Fernandes, dkk (2018), menunjukkan bahwa peran *customer service* dalam memberikan informasi kepada pelanggan dengan sangat baik. Karena media yang digunakan *customer service* dalam memberikan informasi sangat baik

dan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pelanggan melayani. Dalam penelitian Dewi, D. S. (2020), menunjukkan bahwa mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka setia terhadap BRI Syari'ah KCP Purbalingga dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari *customer service* ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap puas. Hasil dari penelitian sebelumnya yang sudah dijabarkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung dengan jenis penelitian kualitatif dengan *purposive sampling*.

1.2 Rumusan Masalah

Seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank BTN KC Denpasar?
2. Bagaimana loyalitas nasabah penabung di Bank BTN KC Denpasar Denpasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebagaimana tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank BTN KC Denpasar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis loyalitas nasabah penabung di Bank BTN KC Denpasar.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sarana penerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang didapat selama bangku kuliah dengan kenyataan yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan bagi kemajuan akademisi dan dapat dijadikan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan sehingga diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk memajukan perusahaan di masa yang akan datang.

1.5 Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti untuk mengetahui tujuan, metode analisa data dan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Budianto, M. R. (2021), Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dengan adanya peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting untuk mendapatkan kepuasan nasabah sehingga memperoleh tanggapan yang positif dan citra perusahaan dimata nasabahnya semakin baik. Peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah sesuai dengan Analisa dilihat dari respon masyarakat sudah baik dan tidak ada unsur kecurangan.
2. Natasya, P. (2021), Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode analisis data kualitatif sebagai metode penelitian yang menjelaskan secara mendalam peran customer service dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan di PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang. Metode analisisnya adalah dilihat dari dua aspek yang berbeda, yaitu antara teori dan praktek. Hasil dari penelitian tentang peran layanan pelanggan dalam memberikan informasi sangat baik dan pelanggan sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service.
3. Afifah, S. N. (2020), Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Metode ini merupakan jenis penelitian dengan kejadian yang dialami oleh peneliti maupun objek penelitian dengan menggunakan kalimat deskripsi sesuai

dengan metode ilmiah. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa customer service di BRI Syariah Kantor Cabang Jombang Wachid Hasyim memiliki peran yang penting dalam menjaga loyalitas nasabah.

4. Dewi, D. S. (2020), Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka setia terhadap BRI Syari'ah KCP Purbalingga dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap puas.
5. Octavia, Y (2020), dalam penelitiannya metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif dimana data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lokasi penelitian, selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya ini mengenai efektivitas customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Maumalat Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal.

6. Isnawati, I. (2019), Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa Customer Service berfungsi sebagai sumber informasi terhadap masalah perbankan, sedangkan tugas Customer service yaitu membantu pelayanan kepada nasabah baik dalam bentuk informasi maupun dalam bentuk pelayanan dalam aktifitas perbankan. Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo yaitu sudah dapat dikatakan loyal dimana nasabah yang sudah loyal yaitu 50%. peran Customer service yaitu mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank dan membina hubungan yang lebih akrab dengan nasabah serta berusaha untuk mendapatkan nasabah baru melalui pendekatan.
7. Fernandes, dkk (2018), Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa peran customer service dalam memberikan informasi kepada pelanggan dengan sangat baik. Karena media yang digunakan customer service dalam memberikan informasi sangat baik dan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pelanggan melayani.
8. Ellawati, Yulia (2017), Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa peran customer service pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur).

9. Rohmatussaniyah, M. (2017), Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap BRI Unit Sumbergempol Kabupaten Tulungagung dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal.
10. Nofianti, H. (2016), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa nasabah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Pihak nasabah merasakan bahwa bank lainnya belum tentu mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan Bank BTN KCS Semarang.

Dari hasil analisis diatas, maka dapat dijadikan sebagai bahan pustaka dan bahan perbandingan khususnya dalam hal pengambilan keputusan dalam menganalisis peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Denpasar.

Tabel 1.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian

| No | Nama | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|------------------|--|--|--|
| 1 | Budianto. (2021) | Peran <i>customer service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah baik dan tidak ada unsur kecurangan | a. Metode penelitian b. Variabel penelitian | a. Obyek penelitian b. Tahun penelitian |

| No | Nama | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|-------------------------------|--|--|--|
| 2 | Natasya, (2021) | Peran layanan pelanggan dalam memberikan informasi sangat baik dan pelanggan sangat puas. | a. Metode penelitian | a. Obyek Penelitian b. Tahun Penelitian |
| 3 | Afifah (2020) | Menunjukkan bahwa pemberian pelayanan dan loyalitas nasabah sudah baik. | a. Metode analisis data b. Jenis penelitian | a. Obyek penelitian b. Tahun penelitian |
| 4 | Dewi (2020) | Pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank. | a. Metode penelitian b. Teknik pengumpulan data | a. Variabel penelitian b. Obyek dan tahun penelitian |
| 5 | Octavia (2020) | Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang sudah baik dari <i>customer service</i> | a. Metode analisis data | a. Variabel efektifitas b. Obyek dan tahun penelitian |
| 6 | Isnawati (2019) | Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo yaitu sudah dapat dikatakan loyal. | a. Metode penelitian c. Variabel penelitian | a. Teknik pengumpulan data |
| 7 | Fernandes (2018) | Peran <i>customer service</i> dalam memberikan informasi kepada pelanggan dengan sangat baik | a. Metode penelitian b. Metode pengumpulan data | a. Variabel penelitian b. Obyek dan tahun penelitian |
| 8 | Ellawati, Yulia (2017) | Menunjukkan bahwa peran <i>customer service</i> pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP | a. Metode penelitian b. Teknik pengumpulan data c. Variabel penelitian | a. Obyek dan Tahun penelitian |
| 9 | Rohmatuss aniyah (2017) | Pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa bank. | a. Metode penelitian b. Metode pengumpulan data | a. Obyek penelitian b. Tahun penelitian |
| 10 | Nofianti, H (2016) | Nasabah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan selama ini | a. Metode penelitian b. Teknik pengumpulan data | a. Obyek penelitian b. Tahun penelitian |

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat persamaan dalam penelitian yaitu pada variabel penelitian, jenis penelitian dan teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaan yang paling mendasar terhadap penelitian ini yakni metode penelitian, dan teknik analisis data. Keunggulan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

1.6 Tinjauan Pustaka

1. Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan, S (2000:3) Sumber Daya Manusia dapat didefinisikan sebagai semua manusia yang terlibat di dalam suatu organisasi dalam mengupayakan terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Keberhasilan suatu organisasi ditentukan dari kualitas orang-orang yang berada di dalamnya. SDM akan bekerja secara optimal jika organisasi dapat mendukung kemajuan karir mereka dengan melihat apa sebenarnya kompetensi mereka. Pengembangan SDM biasanya berbasis kompetensi akan mempertinggi produktivitas karyawan sehingga kualitas kerja pun lebih tinggi pula dan berujung pada puasnya pelanggan dan organisasi akan diuntungkan.

Menurut Nawawi (2003:37) membagi pengertian SDM menjadi dua, yaitu pengertian secara makro dan mikro. Pengertian SDM secara makro adalah semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah maupun belum memperoleh pekerjaan

(lapangan kerja). Pengertian SDM dalam arti mikro secara sederhana adalah manusia atau orang yang bekerja atau menjadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain. Sumber daya manusia merupakan elemen utama organisasi dibandingkan dengan elemen sumber daya yang lain seperti modal, teknologi, karena manusia itu sendiri yang akan mengendalikan faktor lain.

Adapun peran dan fungsi sumber daya manusia dalam ekonomi menurut Afa Atila dalam blog pribadinya sebagai berikut :

- a. Sumber daya manusia sebagai tenaga kerja
- b. Sumber daya manusia sebagai tenaga ahli
- c. Sumber daya manusia sebagai pimpinan perusahaan
- d. Sumber daya manusia sebagai tenaga usahawan
- e. Sumber daya manusia dalam menciptakan dan mengembangkan IPTEK
- f. Sumber daya manusia sebagai tenaga produsen dan konsumen

Menurut Hasibuan, S (2000:12) Secara umum SDM dalam organisasi terbagi kepada tiga kelompok yaitu sebagai berikut:

- a. Investor, ialah setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak ditentukan tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut.
- b. Karyawan, ialah penjual jasa untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh kompensasi yang besarnya telah

ditetapkan terlebih dahulu. Posisi karyawan dalam suatu perusahaan dibedakan menjadi:

- 1) Karyawan Operasional, ialah setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan.
 - 2) Karyawan Manajerial, ialah setiap orang yang berhak memerintah bawahannya untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dan dikerjakan sesuai dengan perintah.
- c. Pemimpin, ialah seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalankan kegiatannya memerlukan sumber daya manusia yang memiliki kapasitas dalam suatu bidang. Sumber daya manusia sebagai pelaksanaan visi dan misi organisasi harus diseleksi dengan baik. Oleh karena itu manajemen sumber daya manusia menjadi hal paling penting dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah aspek penting yang tidak boleh dipandang sebelah mata dalam menjalankan sebuah perusahaan atau bisnis. Sumber Daya Manusia yang dimaksud di sini mencakup dua hal, yaitu daya fisik dan daya pikir yang dapat menentukan kemampuan manusia. Meski suatu perusahaan ditunjang oleh peralatan

serba canggih dan memadai, jika dikelola oleh SDM yang tidak berkualitas maka semua yang sudah dilakukan itu akan sia-sia.

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu bidang manajemen yang fokus pada fungsi staffing dalam proses manajemen. Kegiatan staffing di antaranya adalah menentukan kualifikasi calon pekerja, melakukan rekrutmen, seleksi kandidat, menyelenggarakan training and development, melakukan evaluasi performa, dan memberikan kompensasi pada pekerja. Manajemen sumber daya manusia seringkali juga disebut sebagai human resource management (HRM) dan manajemen personalia. Menurut Sri Larasati (2018:10) Manajemen sumber daya manusia memiliki beberapa komponen sebagai berikut:

- Perencanaan
- Pengorganisasian
- Pengarahan
- Pengendalian
- Pengadaan
- Pengembangan
- Kompensasi
- Integrasi atau penyatuan
- Perawatan atau pemeliharaan
- Pemisahan atau pelepasan atau pensiun

Selain komponen, manajemen sumber daya manusia memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut :

- a. Pengelolaan tenaga kerja
- b. Evaluasi kinerja
- c. Menangani permasalahan
- d. Menciptakan kondisi aman
- e. Membangun hubungan

Adapun tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia adalah sebagai berikut :

- Bertanggung jawab secara sosial

Pada dasarnya tanggung jawab ini berkaitan dengan apa yang terjadi di lingkup masyarakat secara luas. Jika memang manajemen SDM bisa menjamin adanya kehidupan yang baik bagi para pekerja maka tentunya kesejahteraan karyawan di luar perusahaan juga bisa terjamin. Segala hal baik yang diterima oleh karyawan di lingkup perusahaan tentunya berpengaruh pada kehidupannya di luar perusahaan.

- Membantu perusahaan mencapai tujuan

Manajemen SDM umumnya memang dibentuk oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen SDM dalam hal ini adalah melakukan pengelolaan SDM dengan baik. Bahkan pihak manajemen SDM dapat mengadakan berbagai pelatihan guna meningkatkan kompetensi para karyawan. Melalui pelatihan ini maka diharapkan agar kualitas karyawna dapat

terus meningkat sehingga kinerja karyawan juga meningkat. Jika memang kinerja karyawan meningkat maka apa yang dilakukan karyawan bisa diupayakan untuk mnejadi semaksimal mungkin. Hingga akhirnya tujuan perusahaan dapat dicapai dengan lebih mudah.

- Mempertahankan kualitas SDM

Setiap karyawan memang memiliki kompeten dan potensi masing-masing yang berbeda antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Maka tentunya karyawan dengan potensi atau kemampuan yang lebih rendah akan selalu dibina dan dilatih agar bisa semakin berprestasi. Sedangkan karyawan yang telah berkompeten akan selalu diusahakan untuk tetap mempertahankan kompetensinya tersebut dalam bekerja. Jadi kualitas SDM tidak sampai berkurang. Sebaliknya kualitas SDM ini diharapkan agar dapat terus meningkat demi pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

3. *Customer Service*

Customer service atau dikenal dengan CS adalah sebuah layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk para *customer*, baik sebelum atau sesudah membeli produk atau jasa. Jadi, *customer service* merupakan divisi yang memainkan peranan penting pada proses pertahanan sebuah perusahaan yang hubungannya langsung dengan *customer*. Meskipun sering dianggap sebagai hal yang sepele, sebenarnya pekerjaan *customer service* memiliki banyak fungsi dan

juga peran di dalam perusahaan. Terdapat dua fungsi utama bagi *customer service*, fungsi yang pertama adalah menjadi humas terdepan, dan yang kedua menciptakan kultur perusahaan yang positif. Menurut Kasmir (2018:250) *Customer service* juga bisa diartikan sebagai interaksi langsung antara konsumen yang melakukan pembelian dengan staf yang mewakili dari *brand* atau bisnis. Tujuan dari *customer service* adalah memberikan kenyamanan sehingga pengalaman yang diperoleh mereka dalam bertransaksi menjadi lebih baik dengan harapan memenuhi ekspektasi mereka. Menawarkan *customer service* yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam kemajuan sebuah bisnis.

Pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Seorang *Customer Service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau public relation.

Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas-tugas yang diemban oleh para *customer service* merupakan tulang punggung dari kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Menurut Kasmir (2017:249), Untuk menjalankan tugasnya, seorang *customer service* diberikan peran tertentu yang berbeda dengan bidang lainnya. Secara umum peranan dari *customer service* lembaga keuangan adalah:

1) Berusaha Mempertahankan Nasabah

Agar nasabah lama tetap setia menjadi nasabah dan tidak lari ke perusahaan lain. Nasabah lama juga diyakinkan untuk bertahan dan menambah jumlah transaksinya. Usaha untuk mempertahankan lama dapat melalui peningkatan pelayanan yang lebih baik dan melakukan pembinaan hubungan untuk lebih akrab dengan nasabah.

2) Berusaha Mendapat Nasabah Baru

Seorang *customer service* melalui berbagai pendekatan, misalnya seperti membujuk nasabah yang baru datang pertama kali untuk menjadi nasabah seterusnya. Caranya adalah berusaha untuk meyakinkan nasabah baru tentang kualitas produk yang ditawarkan dan tunjukkan dengan layanan terbaiknya, sehingga nasabah merasa yakin dan memutuskan menjadi nasabah baru.

Customer service yang baik dalam dunia perbankan dapat menjadi salah satu faktor meningkatkan loyalitas nasabah. Menurut Buchari Alma (2016:338) seorang *customer service* yang baik harus masuk dalam beberapa faktor berikut:

- 1) *Responsiveness*, kemampuan pegawai atau customer service dalam menangani keluhan dan kecepatan penanganannya.
- 2) *Assurance*, perilaku customer service yang ramah dan penuh senyum kepada nasabah.
- 3) *Empathy*, menaruh perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya

4. Loyalitas

Menurut Rambat Lupiyoadi (2011:90) mengatakan bahwa loyalitas merupakan suatu kondisi dimana pelanggan melakukan pembelian secara berulang dimasa yang akan datang sebagai bentuk kesetiaan terhadap suatu produk atau jasa, meskipun banyak perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Sementara itu menurut Kotler dan Keller (2016:153) dalam bukunya yang berjudul *marketing management* mengatakan bahwa loyalitas (*loyalty*) sebagai bentuk komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah komitmen dari pelanggan untuk melakukan pembelian kembali dimasa depan meskipun banyak perusahaan yang menawarkan produk Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini

dapat dilihat dari karakteristik yang ditunjukkannya. Pelanggan yang loyal menunjukkan karakteristik sebagaimana berikut ini:

- 1) Melakukan pembelian secara teratur
- 2) Membeli diluar lini produk atau jasa.
- 3) Merekomendasikan produk lain
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk yang sejenis dari pesaing.

faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menjaga loyalitas nasabah bank dikemukakan oleh Ismail (2011:110) yang mengatakan pentingnya untuk memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Elemen *Tangible* yaitu berupa hal-hal berwujud yang tampak oleh konsumen termasuk letak kantor yang strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapihan kantor, keindahan kantor, seragam karyawan, penampilan formulir, desain brosur, iklan, penampilan buku tabungan, giro, buku cek, dan sebagainya.
- 2) Elemen *Reliability* yaitu kemudahan prosedur membuka tabungan, giro, mengirim uang, mengambil tabungan, menyelesaikan keluhan, dan jam layanan.
- 3) Elemen *Responsiveness* yaitu kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penanganannya, ada marketing officer, customer service yang cekatan, segera menjawab telepon, dan sebagainya.

- 4) Elemen *Assurance* yaitu perilaku petugas yang ramah penuh senyum, kepercayaan terhadap perusahaan, jaminan perasaan aman di bank.
- 5) Elemen *Empathy* yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya.

Apabila semua elemen diatas diperhatikan, maka akan tercapailah kepuasan nasabah dan pada gilirannya loyalitas nasabah makin tinggi, serta tidak mudah dibujuk untuk lari ke bank lain, bahkan akan merekomendasi relasinya untuk berhubungan dengan bank tersebut, juga tidak tertarik dengan produk pesaing dan akan muncul penciptaan prospek oleh langganan

5. Nasabah

Nasabah merupakan pihak yang memiliki dana yang mendapat pelayanan jasa dari bank untuk mengirimkan dan/atau memindahkan dananya kepada pihak lain. Dalam praktiknya nasabah atau pelanggan dibedakan menjadi tiga kelompok besar, diantaranya:

- 1) Nasabah atau pelanggan baru, merupakan nasabah atau pelanggan yang pertama kali datang ke perusahaan atau melakukan transaksi.
- 2) Nasabah atau pelanggan biasa (sekunder), adalah nasabah atau pelanggan yang sudah pernah berhubungan atau melakukan transaksi di perusahaan lebih dari satu kali.

- 3) Nasabah atau pelanggan utama (primer), adalah nasabah atau pelanggan yang sudah sering berhubungan dengan kita secara terus-menerus (rutin).

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar maksimal sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang *customer service* harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Di samping itu juga seorang *customer service* harus bisa memperlakukan nasabah secara baik dan benar. Menurut Ismail (2011:118-120), Sifat-sifat nasabah secara umum diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nasabah adalah raja

Seorang petugas *customer service* harus menganggap bahwa nasabah adalah raja, itu berarti bahwa seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja yang harus masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *customer service* itu sendiri.

- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Seorang *customer service* harus berusaha memenuhi apa keinginan dan kebutuhan dari nasabahnya. Tujuan dari datangnya nasabah ke bank adalah memenuhi keinginannya,

baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau mendapatkan solusi dari masalahnya.

3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Seorang *customer service* harus bisa memahami bahwa sebagian besar nasabah memiliki sifat tidak suka dibantah dan didebat. Seorang *customer service* harus mengusahakan pada setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Harus pandai dalam mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

4) Nasabah mau untuk diperhatikan

Semua nasabah yang datang ke bank pada dasarnya mempunyai tujuan untuk mendapatkan solusi dan perhatian. Seorang *customer service* tidak diperbolehkan untuk menyepelkan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Setiap *customer service* harus bisa memahami bahwa pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika seorang *customer service* membiarkan nasabahnya dan cenderung menyepelkan dalam memberikan pelayanan itu artinya sama saja dengan menghilangkan pendapatan bank. Maka dari itu, nasabah

merupakan sumber pendapatan bank yang harus dijaga dan tidak boleh dikecewakan.

Kepuasan nasabah adalah penilaian dari pelanggan atau nasabah atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Tujuan utama dari diberikannya pelayanan yang baik oleh seluruh karyawan dan pimpinan adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas, hal ini merupakan indikasi bahwa pelanggan menunjukkan rasa puas. Secara kuantitas berarti jumlah pelanggan atau nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan yang dimaksud secara kualitas adalah nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif atau melakukan transaksi banyak dan terus menerus yang mampu memberikan laba bagi perusahaan.

Kepuasan terbentuk ketika kinerja bank sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Kepuasan dapat diciptakan apabila bank memberikan pelayanan sebagaimana yang diinginkan oleh nasabahnya. Namun pada praktiknya kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pelayanan, tetapi juga oleh beberapa faktor lainnya. Hanya saja faktor pelayanan memang merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain pelayanan menurut Ratih Hurriyati (2010:129) adalah sebagai berikut:

- 1) Product (produk)
- 2) Price (harga)
- 3) Place (tempat)
- 4) Promotion (promosi)
- 5) People (orang-orang)
- 6) Physical evidence (bukti fisik)
- 7) Processes (proses)

Sebab-sebab nasabah atau pelanggan meninggalkan perusahaan menurut Kasmir (2017:250) dapat diuraikan sebagaimana berikut ini:

1) Pelayanan yang Tidak Memuaskan

Pelayanan yang tidak memuaskan artinya apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan tidak sesuai dengan yang diterimanya. Pelanggan merasa tidak puas atas apa yang ia rasakan, sehingga harapannya tidak terpenuhi dan merasa kecewa. Pelanggan yang menerima perlakuan kurang baik biasanya akan cepat tersinggung dan kemungkinan tidak akan melakukan transaksi kembali.

2) Produk yang Tidak Baik dan Tidak Lengkap

Kelengkapan produk yang ditawarkan yang kurang berpotensi juga membuat pelanggan tidak menjadi pelanggan kita lagi. Hal ini disebabkan pelanggan kurang memiliki banyak pilihan atas produk yang diinginkannya.

3) Ingkar Janji dan Tidak Tepat Waktu

Ingkar janji dan tidak tepat waktu artinya karyawan tidak menepati janji yang diberikan kepada pelanggan, misalnya dalam hal penyelesaian waktu pelayanan. Hal ini sangat membahayakan dan merupakan penyebab utama pelanggan atau nasabah kabur, karena merasa karyawan tidak menepati janjinya. Oleh karena itu karyawan seharusnya tidak ingkar janji dan apabila melakukan janji dengan nasabah diperkirakan waktu selesainya betul-betul tepat. Pelanggan biasanya tidak mau tahu alasan yang dikemukakan perusahaan, yang penting bagi pelanggan adalah apa yang djanjikan harus direalisasikan sesuai dengan tanggal atau janji yang diucapkan.

4) Biaya yang Relatif Mahal

Faktor besarnya beban atau biaya yang dibebankan ke pelanggan juga akan mempengaruhi pelanggan atau nasabah kabur. Artinya harga yang dibayar pelanggan kepada perusahaan lebih mahal jika dibandingkan dengan pesaing. Oleh karena itu, sebaiknya biaya yang dibebankan kepada pelanggan sama atau relatif lebih murah. Bandingannya tentu dari produk yang sejenis dikeluarkan perusahaan pesaing.

5) Lokasi Sulit Dijangkau

Faktor penentuan lokasi atau akses untuk menuju lokasi perusahaan terkadang juga sering menjadi masalah. Pelanggan menginginkan lokasi perusahaan berada dalam lokasi yang

mudah dijangkau oleh mereka. Artinya lokasi yang ditetapkan perusahaan benar-benar strategis dari seluruh penjuru. Strategis dalam hal ini mudah dilewati oleh kendaraan umum atau pribadi dari berbagai arah. Lokasi juga harus memberikan rasa aman bagi pelanggan, terutama dari perbuatan kriminal seperti premanisme.

1.7 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini dapat dibahas dengan seksama dan terarah serta untuk menghindari semakin meluasnya permasalahan yang akan dibahas, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Informan penelitian meliputi :
 - a. *Assisten Branch Manager* (ABM) di PT. BTN KC Denpasar
 - b. *Customer Service* yang bekerja minimal 5 tahun sebanyak 2 orang
 - c. Nasabah penabung selama 5 tahun sebanyak 3 orang.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana data akan dianalisis secara deskriptif yang berasal dari hasil wawancara, catatan, dan hasil pengamatan penulis. Catatan akan dianalisis untuk menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yang meliputi Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Denpasar. Analisis data bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya yang ada di lapangan.

2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:300), dalam penelitian kualitatif teknik sampling yang lebih sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Teknik ini digunakan, karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan kriteria yaitu *Assisten Branch Manager, Customer Service* yang bekerja minimal 5 tahun, nasabah penabung selama 5 tahun.

Dasar teori yang digunakan untuk menentukan jumlah pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Burhan Bungin (2019:79), menyatakan bahwa besarnya sampel tidak boleh kurang (paling tidak) minimal 5% dari populasi. Dalam penelitian ini jumlah customer service yang minimal bekerja 5 tahun sebanyak 4 orang, nasabah penabung selama 5 tahun sebanyak 50 nasabah, maka dapat diperoleh perhitungan yaitu Cs ($4 \times 5\% = 0,2$) dan nasabah ($50 \times 5\% = 2,5$). Jadi sampel dalam penelitian ini asisten branch manager 1 orang customer service sebanyak 2 orang dan nasabah penabung sebanyak 3 orang. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana peran CS dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung.

2.3 Metode Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2015:308), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi akan dilakukan secara sistematis, dengan menyiapkan panduan observasi. Observasi sistematis yang dilakukan antara lain dengan meneliti pelayanan nasabah pada perusahaan tersebut. Data yang diperoleh adalah proses pelayanan kepada nasabah penabung yang dilakukan oleh CS.

b. Wawancara

Dalam rangka mengumpulkan data dan informasi yang valid dan akurat, peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam, yang dibantu dengan alat perekam. Alat perekam ini berguna sebagai bahan *crosscheck*, jika pada saat analisa terdapat data, informasi yang sempat tidak tercatat oleh pewawancara. Dalam penelitian ini, peneliti akan berperan penuh sebagai *observer*, sekaligus sebagai pewawancara, dengan melakukan wawancara secara langsung dengan para CS, serta mencatat semua kejadian dan laporan hasil penelitian.

c. Studi Pustaka

Peninjauan ulang kembali studi Pustaka berupa tulisan ilmiah, hasil penelitian maupun sumber internet yang membahas fokus penelitian telah dilakukan. Peninjauan ulang kembali tersebut sebagai bentuk klarifikasi kepada pihak terkait untuk mengetahui kebenaran tulisan tersebut.

d. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Hasil pengumpulan data dari wawancara dan observasi akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung dengan dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto dan arsip mengenai serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti saat berada di lapangan.

2.4 Tahapan Penelitian

1. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan analisis data dalam penelitian ini menurut Moleong (2014: 147) adalah sebagai berikut :

- a. Seleksi data dari *depth interview* sesuai dengan tujuan penelitian.
- b. Mengelompokkan dan menggambarkan sesuai data dari lapangan.
- c. Menggambarkan dan mengelompokkan perbedaan dan persamaan dari informan.
- d. Penyusunan tabel sesuai hasil wawancara.
- e. Melakukan pengkodean pada masing-masing wacana.
- f. Melakukan analisis dan pemaknaan dalam pembahasan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil salah satu PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yaitu Kantor Cabang Denpasar di Jl. Dewi Sartika no. 20 Denpasar Bali.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti kurang lebih selama 3 bulan sejak 01 Maret sampai 31 Mei 2023.

2.5 Pendekatan dalam Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan analisis interaktif. Menurut Miles dan Hubberman (1992:429), dalam analisis interaktif peneliti akan menganalisis secara mendalam dengan mendeskripsikan dan mengkaji, kemudian menginterpretasikan dengan menggunakan metode MDAP (*manual*

data analysis procedure) atas apa yang disampaikan oleh responden penelitian. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

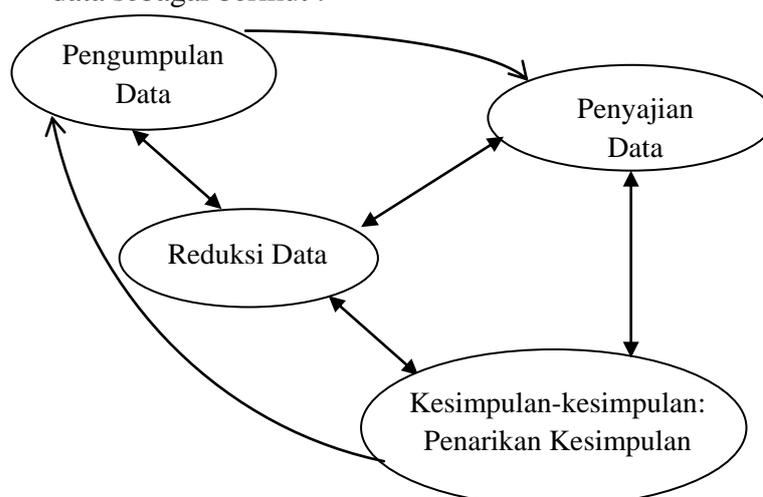
Data yang telah diperoleh kemudian oleh peneliti dikelompokkan, dipilah-pilah dan sortir yang tidak perlu hingga kemudian dapat ditarik dan diverifikasi. Proses reduksi data ini berjalan secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

2. Penyajian Data

Data dipilah-pilah dan disihkan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai kategori sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan permasalahan yang dihadapi, termasuk kesimpulan sementara yang diperoleh pada waktu data direduksi.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Miles & Huberman (1992:429) menggambarkan Teknik analisis data sebagai berikut :



Gambar 2.1 Komponen-komponen Analisis Data : Model Interaktif
(Sumber : Miles & Huberman, 1992)

Selama pengumpulan data peneliti selalu melakukan kegiatan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selain itu juga melakukan pengkodean data, mengarah pada gagasan baru guna dimasukkan kedalam penyajian data. Pencatatan data mensyaratkan reduksi data selanjutnya, begitu penyajian data terisi, kesimpulan dan verifikasi awal dapat ditarik, sampai didapat kesimpulan yang benar.

2.6 Keabsahan Penelitian

1. Kredibilitas data

Uji data ini dilakukan untuk bisa menjelaskan hasil/temuan penelitian tersebut sama dengan keadaan yang ada. Uji kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu.

1. Triangulasi Sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi Teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

2. Dependabilitas

Data pada penelitian ini dicapai dengan cara mengadakan audit, yaitu usaha untuk memeriksa proses penelitian termasuk data dan sumber datanya dari awal sampai akhir. Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil penelitian.

3. Konfirmabilitas (Obyektifitas)

Pengujian konfirmabilitas dalam penelitian ini untuk melihat keobjektifan dengan uji obyektifitas penelitian. Konfirmabilitas dicapai dengan memperkecil faktor subyektifitas peneliti. Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian.

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Orientasi Kancan Penelitian

Deskripsi dan profil umum PT. Bank Tabungan Negara (Persero) ini dipaparkan guna memberikan gambaran lebih jelas terhadap lokasi penelitian sehingga dapat diketahui lebih lanjut sejarah perusahaan, gambaran umum perusahaan, produk dan sebagainya. Data-data ini diperoleh peneliti melalui pengamatan langsung ke PT. Bank Tabungan Negara (Persero) KC Denpasar.

3.1.1 Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

Bank BTN lahir pada masa penjajahan bangsa Belanda yaitu sekitar tahun 1897, pada saat itu masih bernama postpaarbank yang berkedudukan di Batavia (Jakarta). Bank BTN berkali-kali berganti nama mulai dari postpaarbank, kemudian berganti menjadi Tyokin Kyoku yang dikendalikan oleh pemerintahan Jepang. Kemudian berganti nama lagi menjadi Kantor Tabungan Pos. Tidak lama kemudian berganti nama lagi menjadi Bank Tabungan Pos Republik Indonesia. Akhirnya pada 9 februari 1950 Bank Tabungan Pos dibekukan dan dibentuklah Bank BTN. Maka setiap tanggal 9 februari diperingati sebagai hari kelahiran Bank BTN. Bank BTN merupakan bank umum nasional yang berfokus pada pembiayaan perumahan, dengan penyediaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) untuk kalangan masyarakat yang luas, baik KPR bersubsidi untuk masyarakat

berpenghasilan menengah ke bawah, maupun KPR komersial untuk segmen menengah ke atas.

Bank BTN didirikan berdasarkan Undang-undang Darurat No. 9 Tahun 1950 pada tanggal 9 Februari 1950 dengan nama Bank Tabungan Pos. Nama ini kemudian berubah menjadi Bank Tabunga Negara pada tahun 1963 melalui Perpu No. 4 tahun 1963 dan UU No. 21 tahun 1964. Seiring dengan dimulainya rencana pembangunan perumahan oleh Pemerintah, pada tahun 1974, Bank BTN ditunjuk sebagai Lembaga Pembiayaan Kredit Perumahan, dengan realisas KPR pertama pada tanggal 10 Desember 1976. Peran Bank BTN semakin nyata seiring dengan kebijakan Pemerintah untuk memfasilitasi penyediaan rumah baru sebagai kebutuhan utama penduduk, yang terus tumbuh sebesar 800.000 rumah pertahun serta Program Pemerintah untuk membangun 1000 tower rumah susun untuk masyarakat. Disamping fokus bisnis ini dibidang perumahan, Bank BTN juga menyediakan layanan perbankan umum yang luas dengan portofolio yang terus meningkat, baik disektor pendanaan, kredit maupun layanan, untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam.

3.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

1. Visi

“Menjadi bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan” (*a leasing bank in housing finance*)

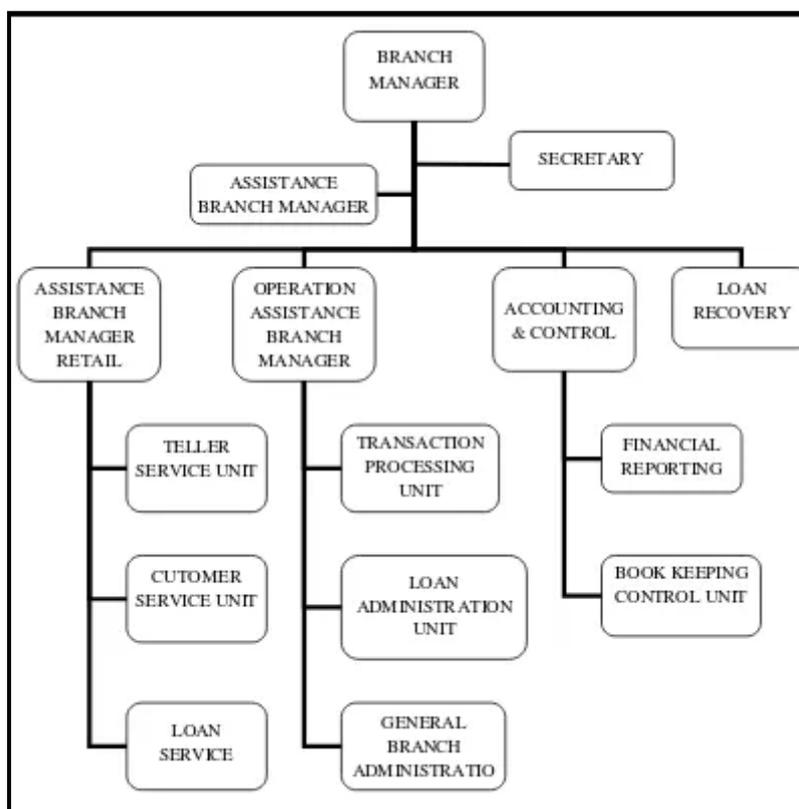
2. Misi

- a. Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait, pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah.
- b. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis teknologi terkini.
- c. Menyiapkan dan mengembangkan *Human Capital* yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- d. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance* untuk meningkatkan *Shareholder Value*.
- e. Mempedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

3.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KC Denpasar

Dalam Pelaksanaan kegiatan Perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adalah struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi guna melancarkan kegiatan operasional perusahaan. Dengan demikian, kejelasan struktur organisasi berarti memeperjelas *job specification* setiap bagian atau setiap karyawan yang dapat membantu mereka agar dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik. Maka untuk merealisasikan tujuan tersebut dalam suatu organisasi, perlu disusun struktur organisasi. Berikut ini Struktur

Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (persero) KC Denpasar dilihat melalui skema berikut ini :



Sumber : PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KC Denpasar

Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara KC Denpasar

3.1.4. Penjabaran Tugas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KC Denpasar

Setiap perusahaan memiliki tugas yang efisien, mulai dari tugas atasan hingga bawahan. Tugas pokok untuk setiap unit-unit Organisasi PT. Bank Tabungan Negara KC Denpasar yaitu sebagai berikut:

1. *Branch Manager*

Branch Manager (BM) adalah seorang yang memimpin kantor cabang tempat dia ditugaskan dan dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh seorang sekretaris dan empat unit kerja beserta seluruh unit yang berada dibawahnya. Tugas-tugas BM adalah sebagai berikut :

- a. Melaksanakan pengawasan melekat
- b. Melaksanakan otorisasi sesuai kewenangan yang diberikan
- c. Memutuskan rencana kerja, target, dan penggunaan anggaran cabang secara keseluruhan
- d. Memutuskan rencana bisnis cabang dan kancapem (kantor cabang pembantu)
- e. Melakukan evaluasi atas pencapaian kinerja cabang secara keseluruhan
- f. Mewakili BTN dalam semua kegiatan resmi di wilayah kerja
- g. Mengembangkan kompetensi dan karir karyawan
- h. Menjamin kualitas dan pertumbuhan usaha cabang baik dalam asset, laba, kredit serta dana pihak ketiga
- i. Mempertahankan brand image BTN di wilayah kerja
- j. Memutuskan jumlah dan komposisi kredit yang akan diberikan baik untuk cabang atau pun kancapem
- k. Memutuskan rencana kerja, target, dan penggunaan anggaran cabang secara keseluruhan

1. Menciptakan, memastikan dan meningkatkan keuntungan usaha kantor cabang.
2. *Secretary*
 - a. Mengatur segala aktivitas manajemen dan administrasi kesekretarisan bagi kepentingan manajemen cabang.
 - b. Membantu manajemen dalam berkomunikasi dengan semua pihak termasuk dengan pihak *ekstern* cabang
3. *Assistance Branch Manager (ABM)*
 - a. Meningkatkan secara terus menerus kualitas pelayanan
 - b. Melakukan evaluasi atas pencapaian target
 - c. Melakukan monitoring aktifitas pekerjaan yang dilakukan oleh setiap unit kerja telah sesuai dengan arahan dan ketentuan yang berlaku
4. *Assistance Branch Manager Retail*

Assistance Branch Manager Retail merupakan pembantu pimpinan cabang yang memegang kedudukan sebagai *Assistance Branch Manager Retail* yang memimpin *Teller Unit, Customer Service Unit,* dan *Loan Service*.

 - a. Menciptakan kenyamanan, kebersihan, kerapihan, ketertiban, dan keindahan ruang kerja dan ruang nasabah
 - b. Menjamin bahwa asset cabang dibawah wewenangnya telah dilindungi, dipelihara dan diinventarisir dengan baik. Menjamin

kecepatan dan keakuratan pelayanan yang tinggi dalam bidang *Loan Service, Teller Service* dan *Customer Service*.

- c. Menciptakan suasana kerja yang ramah, bersahabat, dapat dipercaya, disiplin dan dinamis demi pelayanan yang baik.
- d. Menjamin semua kegiatan berjalan dengan aturan yang ada demi terciptanya pengawasan yang memadai
- e. Merencanakan, mengorganisasikan, mendelegasikan dan mengontrol semua aktivitas Retail cabang bidang pelayanan demi tercapainya target cabang dalam bidang pelayanan Retail yang efisien dan efektif.

5. *Teller Service Unit*

- a. Menerima kas awal hari
- b. Melakukan permintaan & penyetoran uang ke kas besar
- c. Melayani transaksi giro, deposito, dan tabungan
- d. Melakukan penyesuaian antara fisik uang, bukti dasar transaksi dan hasil entry transaksi
- e. Melakukan pencetakan laporan akhir hari
- f. Melayani angsuran KPR.

6. *Customer Service Unit*

- a. Melakukan pelayanan Prima baik kepada nasabah yang datang maupun melalui telepon
- b. Menjual produk dana, kredit dan *feebased income*
- c. Memberikan pelayanan kepada calon nasabah di luar kantor

- d. Melayani permohonan pembukuan rekening
- e. Memberikan pelayanan *after sales service*
- f. Melayani permohonan pembuatan kartu ATM.

7. *Loan Service*

- a. Memproses permohonan kredit
- b. Melakukan verifikasi data permohonan kredit
- c. Melakukan analisa atas permohonan kredit
- d. Membuat jadwal serta melakukan wawancara dan akad kredit
- e. Melakukan evaluasi terhadap layanan kredit
- f. Memberikan penjelasan kredit baik kepada debitur yang datang maupun per telepon.

8. *Operation Assistance Branch Manager*

merupakan pembantu pimpinan cabang untuk memegang jabatan sebagai *Operation Assistance Branch Manager* yang memimpin *Transaction* dan *Processing Unit*, *Loan Administration Unit* dan *General Branch Administration*.

- a. Mewakili bank BTN secara resmi apabila kepala cabang tidak ada ditempat
- b. Menjamin bahwa aset cabang telah dilindungi
- c. Mengelola operasi harian cabang untuk menjamin efektivitas dan efisiensi
- d. Menjamin kecepatan, keakuratan, semua proses transaksi bidang operasional

- e. Menjamin standar kualitas yang lebih tinggi dalam bidang pemrosesan transaksi, administrasi kredit dan administrasi umum cabang.

9. *Transaction Processing Unit*

- a. Melakukan proses transaksi operasional non-tunai
- b. Melakukan proses tindak lanjut atas transaksi yang dilakukan oleh teller
- c. Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan kliring di Bank Indonesia mulai dari persiapan, kliring penyerahan, kliring penerimaan, kliring tolakan
- d. Proses laporan kliring harian untuk *cash flow*.

10. *Loan Administration*

- a. Melakukan supervisi dan memeriksa proses permohonan kredit
- b. Menindaklanjuti proses permohonan OTS (kelayakan usaha dan penghasilan) bagi calon debitur
- c. Menindaklanjuti proses keputusan kredit untuk persiapan akad kredit
- d. Melakukan pencairan realisasi kredit
- e. Memberikan pelayanan pengambilan, peminjaman dokumen debitur
- f. Memastikan serah terima dokumen kredit telah terlaksana dengan benar dan akurat.

11. *General Branch Administration (GBA)*

- a. Melakukan semua kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya manusia, mulai dari analisis beban pegawai, penempatan, pendidikan, penilaian, dan kesejahteraan
- b. Melakukan pembayaran semua hak keuangan dari pegawai
- c. Melakukan pemotongan semua kewajiban keuangan pegawai
- d. Peng-input-an data kepegawaian/*payroll* kantor cabang
- e. Melakukan aktivitas yang berkaitan dengan inventaris kantor, mulai dari pengadaan, pemeliharaan pencatatan dan penghapusannya
- f. Mengendalikan semua biaya yang berkaitan dengan biaya operasional dan materiil cabang
- g. Mengadministrasikan semua surat yang keluar maupun yang masuk dan memberikannya kepada yang berkepentingan.

12. *Accounting & Control*

merupakan wakil kepala cabang bagian yang membawahi *Book Keeping Control Unit* serta *Financial Reporting*.

Tugas-tugas dari *Accounting & Control* adalah sebagai berikut :

- a. Memastikan ketaatan unit kerja yang dipimpin terhadap kebijakan dan prosedur yang ada
- b. Memastikan bahwa semua laporan telah dibuat dan dilaporkan tepat waktu
- c. Melindungi asset cabang dari tindakan penyelewengan

- d. Melakukan pengendalian *intern* cabang
- e. Memastikan standarisasi proses.
- f. Memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan tertib dan lancar.
- g. Mengkoordinir tindak lanjut hasil pemeriksaan.

13. *Financial Reporting*

- a. Melakukan penyusunan SRKAP (rencana jangka panjang)
- b. Melakukan input laporan ke pihak *ekstern*.
- c. Melakukan perhitungan atas hasil kinerja.

14. *Book Keeping Control Unit*

- a. Memastikan atas proses rekening selisih
- b. Memastikan atas proses pemeriksaan & pengarsipan
- c. Memastikan atas proses terselenggaranya pengelolaan pembuktian transaksi keuangan serta bukti transaksi.

15. *Loan Recovery*

- a. Menetapkan rencana strategi serta kebijakan pembinaan, penyelamatan serta penyelesaian kredit
- b. Melakukan supervisi terhadap bawahannya
- c. Melakukan supervisi dan memeriksa proses pembinaan kredit
- d. Melakukan supervisi dan memeriksa laporan-laporan yang terkait dengan proses penyelesaian kredit bermasalah kepada atasan atau pihak yang terkait.

3.1.5. Kegiatan Perusahaan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

KC Denpasar

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KC Denpasar merupakan Bank Umum yang mempunyai kegiatan usaha menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat melalui produk- produknya. Berikut ini merupakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KC Denpasar :

A. Produk Dana

1. Tabungan Batara

Kelompok masyarakat yang memiliki kemampuan menabung yang sangat terbatas namun tidak sensitif terhadap bunga dan fitur-fitur layanan.

Manfaat:

- a. Mendapatkan kartu ATM untuk bertransaksi diseluruh jaringan bank BTN (ATM link dan ATM bersama)
- b. Kartu Debit BTN yang berfungsi sebagai kartu ATM dan dapat digunakan untuk berbelanja dan pembayaran lainnya di merchant – merchant yang berlogo VISA baik didalam maupun diluar negeri dan Penyetoran dapat dilakukan diseluruh loket Bank BTN dan Kantor Pos Online.

2. Tabungan e-Batara Post

- a. Mendapatkan kartu ATM untuk bertransaksi diseluruh jaringan Bank BTN. (ATM link dan ATM bersama).
- b. Penyetoran dapat dilakukan diseluruh loket Bank BTN dan Kantor Pos Online.
- c. Penarikan diseluruh kantor cabang Bank BTN secara online real time
- d. Bunga bersaing, fasilitas rekening bersama (joint account).
- e. Fasilitas auto debit untuk pembayaran KPR, tagihan telepon, listrik dan telepon seluler
- f. Fasilitas auto transfer (transfer antar rekening) ke rekening bank BTN dan bank lain
- g. Fasilitas asuransi jiwa bebas premi untuk penabung perorangan.

3. Tabungan Batara Junior:

- a. Diperuntukkan bagi pelajar dan mahasiswa dengan setoran awal ringan.
- b. Bebas biaya administrasi rekening bulanan
- c. Fasilitas kartu ATM yang dapat difungsikan sebagai kartu pelajar.

4. Giro Rupiah

- a. Sarana penyimpanan uang yang aman dan terpercaya
- b. Menunjang aktivitas usaha dalam pembayaran dan penerimaan

- c. Memudahkan aktivitas kebutuhan keluarga/pribadi/usaha
 - d. Mendapatkan jasa giro yang menarik
 - e. Dapat dibuka dalam mata uang Rupiah dan Valas
5. Deposito Berjangka
- a. Dapat dijadikan sebagai jaminan kredit
 - b. Bunga deposito dapat dikapitalisasikan kedalam pokok
 - c. Bunga deposito dapat dipindah bukukan untuk pembayaran angsuran listrik, telepon dan kredit
 - d. Jangka waktu penempatan bervariasi mulai dari 1,3,6,12, hingga 24 bulan
 - e. Bunga menarik dan dapat dibuka dalam mata uang Rupiah dan Valas
6. Tabungan Haji
- a. Memperoleh nomor alokasi porsi keberangkatan ibadah haji baik BPIH (biaya pemberangkatan ibadah haji) maupun BPIH khusus.
 - b. Dapat dibuka diseluruh kantor bank BTN yang sudah tersambung dengan siskohat Departemen Agama.
 - c. Setoran lanjutan dan penarikan dapat dilakukan diseluruh kantor bank BTN.
- B. Jasa dan Layanan
- 1. ATM Batara
 - 2. Kiriman uang

- a. Dalam negeri dengan sarana :
 - Surat mail (mail transfer)
 - Telex/telepon
 - Real Time Gross Settlement (RTGS)
 - Online.
 - b. Luar negeri dengan sarana :
 - KU Keluar (Mail transfer, Telex, Draft, SWIF)
 - KU Masuk (Warkat IGGO BSN Malaysia, Warkat AMBB, Mail transfer, Telex, SWIFT)
 3. Money Changer
 4. Safe Deposit Box
 5. Bank Garansi
 6. RTGS (Real Time Gross Settlement)
 7. Penerimaan Biaya Perjalanan Ibadah haji (BPIH)
 8. SMS Batara
 9. Batara Payroll
 10. Payment point
 11. SPP Online
- C. Produk Kredit
1. KPR bersubsidi
 2. KPR Griya Utama
 3. KPR Platinum
 4. Kredit Pemilikan Apartemen (KPA)

5. Kredit Pemilikan Ruko (KP Ruko)
6. Kredit Griya Multi
7. Kredit Swadana
8. Kredit Perumahan Perusahaan (KPP)
9. Real Cash
10. Kredit Ringan Batara (KRB)
11. Kredit Swa Griya
12. Kredit Usaha Mikro dan Kecil (KUMK)
13. Kredit Yasa Griya
14. Kredit Pendukung Perumahan
15. Kredit Modal Kerja Kontraktor
16. Kredit Investasi

3.2 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan peneliti sekitar 3 bulan, yang berawal dari 1 Maret sampai 31 Mei 2023. Jumlah informan yakni enam orang. Adapun karakteristik informan pada penelitian ini yakni seperti di bawah ini.

Tabel 3.1
Data Informan Penelitian

| No | Jabatan | Pendidikan | Keterangan |
|----|-----------|--------------|---------------------------------|
| 1. | ABM | S2 Manajemen | Bekerja Selama 10 Tahun |
| 2. | CS 1 | S1 Akuntansi | Bekerja Selama 5 Tahun |
| 3. | CS 2 | S1 Manajemen | Bekerja Selama 7 Tahun |
| 4. | Nasabah 1 | SMA | Nasabah Penabung Selama 5 Tahun |
| 5. | Nasabah 2 | Diploma III | Nasabah Penabung Selama 5 Tahun |
| 6. | Nasabah 3 | SMK | Nasabah Penabung Selama 5 Tahun |

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan wawancara dari CS 1 sampai ke Nasabah Ke-4. Wawancara ini dilakukan untuk menjawab dari tujuan

penelitian ini. Pihak perbankan maupun nasabah sangat mengapresiasi dalam pelaksanaan wawancara tersebut. Dalam pelaksanaan penelitian ini tidak terjadi hambatan yang menjadikan penelitian ini kurang maksimal.

3.3 Temuan Penelitian

Seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas-tugas yang diemban oleh para *customer service* merupakan tulang punggung dari kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Hal itu tentu sangat penting bagi *customer service* dalam menjalankan peranannya untuk menjaga loyalitas nasabah. Untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah PT. BTN KC Denpasar, pihak manajemen bank melakukan upaya untuk memaksimalkan peran *customer service*. Dari hasil wawancara dengan informan, menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* PT. BTN KC Denpasar sangat baik dan membuat nasabah tetap loyal dalam melakukan transaksi atau menabung di PT. BTN KC Denpasar. Hal tersebut sesuai dengan informasi yang diberikan oleh informan sebagai berikut :

| Kategori | Komentar Informan I | Komentar Informan II |
|-------------------------------|---|---|
| Peran <i>Customer Service</i> | Pelayanan yang diberikan sudah bagus dan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama bagian customer service setiap saya bertanya saya selalu menangkap jawabannya dengan jelas, jadi saya merasa nyaman menjadi nasabah disini (NSB I) | Selama bertahun-tahun saya jadi nasabah disini, menurut saya pelayanan yang diberikan bagus, penampilannya juga bagus, rapi, kemudian cara bicaranya juga sopan, jadi belum mengecewakan selama saya menabung disini (NSB III) |

Selain hal tersebut, loyalitas nasabah penabung juga merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan pelayanan di perbankan. Indikasi loyalitas nasabah dapat dilihat dari nasabah yang merasa enggan untuk berpindah ke bank lain. Hal tersebut sesuai dengan informasi berikut :

| Kategori | Komentar Informan I | Komentar Informan II |
|----------------------------|---|--|
| Loyalitas Nasabah Penabung | Saya puas dengan pelayanan disini, selain itu tempatnya juga bersih dan nyaman terus ada m-banking yang cukup lengkap dan mudah, kalau untuk pindah atau memilih bank lain untuk saat ini masih nggak (NSB II) | Iya karena saya merasa puas disini. Selain CS dan Tellernya ramah dan sabar, Lokasinya strategis dengan tempat kerja saya dan tempatnya nyaman. Kemudian sistem untuk transaksinya juga sesuai kebutuhan, jadi kalau mau pindah ke tempat lain masih belum ada pikiran kesana. Saya juga merekomendasikan saudara dan teman-teman saya untuk menabung di sini (NSB III) |

Pendapat informan tersebut menunjukkan bahwa tingkat loyalitas nasabah penabung pada PT. BTN KC Denpasar sudah bagus.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar

Peranan *customer service* terhadap loyalitas nasabah PT. BTN KC Denpasar dalam memberikan pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus selalu diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan untuk mempertahankan nasabah dan mencari calon nasabah sangat sulit. Oleh karena itu *customer service* merupakan salah satu komponen dalam bank yang mempunyai peranan penting karena merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.

Melalui *customer service* yang professional dapat dibangun sebuah hubungan personal yang baik antara nasabah dan *customer service*. Kemudian ketika nasabah menganggap hubungan personal tersebut sebagai pengalaman yang baik maka akan timbul rasa terpuaskan dibenak nasabah tersebut, sehingga nasabah atau pelanggan yang puas akan menunjukkan ciri-ciri sebagai pelanggan atau nasabah yang loyal dengan melakukan pembelian secara berulang, menggunakan produk lainnya dari bank tersebut, mereferensikan kepada relasinya dan menunjukkan kekebalan terhadap produk dari bank lain.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada nasabah penabung PT. BTN KC Denpasar, pihak manajemen bank melakukan upaya untuk memaksimalkan peran customer service. Adapun pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* kepada nasabah penabung sesuai dengan informasi sebagai berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II | Komentar Informan III |
|--|---|--|
| <p>Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP dan 3S (senyum, salam, sapa) jadi sebagai pegawai Bank BTN, kita harus melayani nasabah semaksimal mungkin agar nasabah merasa nyaman selama berada di bank. (CS I)</p> | <p>Selama saya menjadi nasabah disini, saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CS, jadi saya merasa nyaman menabung disini. (NSB II)</p> | <p>Jadi gini, ada dari bagian layanan itu ramah dan empati itu sangat penting dalam pelayanan karena Bank itu identik dengan pelayanan yang ramah dan memuaskan yaitu dengan senyum, lalu penampilan harus rapi, menarik itu juga menunjang dalam pelayanan. Kemudian empati, kita diajarkan untuk memberikan respon positif kenasabah walaupun nasabah memberikan respon negatif. Dengan bersikap empati saat nasabah emosional, nasabah bisa langsung netral. Apa yang dirasakan nasabah itu penting. (ABM)</p> |

Dari jawaban di atas dapat dipahami jika petugas termasuk *customer service* di PT. BTN KC Denpasar melakukan pelayanan kepada nasabah penabung secara maksimal dengan mematuhi peraturan yang telah ditetapkan. Selain

hal tersebut seorang *customer service* harus bisa menyelesaikan masalah dan keluhan nasabahnya secara tuntas. Sesuai dengan hal tersebut terdapat informasi sebagai berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II | Komentar Informan III | Komentar Informan IV |
|--|---|--|---|
| Saya pernah mengalami kesulitan, tapi cs membantu saya dari awal sampai masalah saya selesai, menangani keluhan juga bagus, menurut saya cs sudah bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugasnya sampai tuntas. (NSB III) | Iya mas, jika saya mengalami kesulitan saya dibantu dari awal sampai akhir saya melakukan transaksi di Bank BTN sini. Para karyawan salah satunya customer service menurut saya penuh tanggung jawab menyelesaikan tugasnya sampai selesai. (NSB II) | Harus selalu sampai tuntas agar tidak mengecewakan nasabah, saat nasabah mengalami kesulitan informasi saya sendiri sebagai customer service selalu memberikan yang terbaik dan solusi terbaik kepada nasabah. (CS I) | Kami selalu berusaha memberikan yang terbaik dan berusaha memberikan kepuasan kepada nasabah. Yaitu dengan melayani nasabah sampai tuntas meskipun ada kendala, memaksimalkan kemampuan untuk menyelesaikannya, namun kita lihat dulu kendala yang dialami oleh nasabah, karena tidak semua kendala bisa ditangani hanya dalam waktu satu hari. Jika ada yang perlu dikoordinasikan dengan kantor pusat atau cabang yang lain maka tidak bisa langsung selesai. Jadi walaupun sampai tuntas itu butuh waktu. Untuk nasabah yang mengalami kesulitan dalam |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | menerima informasi, maka kita kembali lagi harus harus sabar dan mengulangi penjelasan dengan pelan-pelan menggunakan bahasa yang sekiranya dapat membuat nasabah tersebut mengerti. (ABM) |
|--|--|--|--|

Dari pernyataan-pernyataan di atas, bahwa masalah dan keluhan yang terjadi kepada nasabah dapat diselesaikan dengan tuntas oleh *customer service* PT. BTN KC Denpasar dengan baik. Dalam menyampaikan informasi seorang *customer service* harus baik, ramah dan sopan sehingga informasi mudah diterima oleh nasabah. Hal tersebut sesuai dengan informasi berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II | Komentar Informan III |
|--|--|---|
| Penyampaian informasi yang baik, ramah dan sopan. Seperti sebelum bertanya didahului dengan permisi atau permohonan maaf, dan jika menggunakan bahasa jawa maka menggunakan krama halus. Hal ini bertujuan untuk mencegah nasabah merasa tersinggung ketika menanyakan hal-hal yang sensitive seperti status pernikahan dan jumlah pendapatan. Karena hal ini menyangkut privasi jadi harus dilakukan dengan kehati-hatian. Kemudian | Menurut saya penyampaian informasi yang diberikan customer service mudah diterima dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan saya. (NSB I) | Iya mas. Cs dalam menyampaikan informasi sudah baik. Bahkan saat saya belum juga memahami informasi yang diberikan, CS sabar dan telaten untuk menjelaskan sampai saya paham. (NSB III) |

| | | |
|--|--|--|
| <p>menyampaikan informasi menggunakan bahasa yang baik dan gerak tubuh yang baik agar mudah dipahami oleh nasabah, lalu misalkan ada nasabah yang belum juga memahami informasi yang diberikan maka kita sabar dan telaten untuk menjelaskan sampai si nasabah ini paham. (CS I)</p> | | |
|--|--|--|

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa seorang customer service telah menjalankan perannya dengan baik dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. BTN KC Denpasar sehingga nasabah merasa nyaman dan puas dalam melakukan transaksi dan menabung di bank tersebut. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Octavia, Y (2020), yang mengemukakan bahwa mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal.

4.2 Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar

Loyalitas pelanggan atau nasabah memiliki peran yang penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan sama saja dengan meningkatkan kinerja keuangan dan kelangsungan jangka panjang dari sebuah perusahaan, hal ini tentu saja menjadi salah satu alasan bagi sebuah perusahaan atau bank termasuk PT. BTN KC Denpasar untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Usaha dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah yang loyal tidak dapat dilakukan langsung dalam waktu singkat, akan tetapi membutuhkan beberapa tahapan, dimulai dengan

mencari pelanggan atau nasabah potensial dengan memperoleh rekan kerja yang sama. Hal ini tentu saja terjadi di PT. BTN KC Denpasar, dimana juga berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama yang sebaik-baiknya dengan para nasabah yang salah satunya melalui peranan *customer service*.

Peningkatan nasabah yang loyal pada PT. BTN KC Denpasar dapat dilihat dari banyaknya nasabah lama yang kembali dan setia menggunakan produk dari PT. BTN KC Denpasar. Hal tersebut sesuai dengan informasi sebagai berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II |
|---|---|
| Iya karena saya merasa puas disini. Selain CS dan Tellernya ramah dan sabar, Lokasinya strategis dengan tempat kerja saya dan tempatnya nyaman. Kemudian sistem untuk transaksinya juga sesuai kebutuhan, jadi kalau mau pindah ke tempat lain masih belum ada pikiran kesana. Saya juga merekomendasikan saudara dan teman-teman saya untuk menabung di sini. (NSB III) | Saya sudah termasuk loyal di Bank BTN ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini sudah bertahun-tahun. (NSB II) |

Dari pernyataan di atas, bahwa customer service memiliki cara agar dapat mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah. Adapun cara tersebut sebagai berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II |
|---|---|
| Dengan cara selalu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga nasabah selalu merasa puas dan tidak berpaling ke bank lain jika service kami berikan tidak membuat nasabah kecewa. (CS I) | Karena saya merasa puas dengan pelayanan disini, terutama CS dan saya juga sudah bertahun-tahun menabung dan bertransaksi disini, pelayanan tetap bagus, makanya saya memilih tetap menabung disini. (NSB III) |

Dari pernyataan-pernyataan di atas bahwa nasabah lama tetap menabung di PT. BTN KC Denpasar, karena pelayanan yang diberikan oleh *customer service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah sangat bagus. Kepuasan nasabah adalah salah satu faktor tingginya loyalitas nasabah penabung. Adapun pernyataan nasabah sebagai berikut :

| Komentar Informan I | Komentar Informan II |
|--|--|
| Saya sudah termasuk loyal di Bank BTN ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini sudah bertahun-tahun. (NSB II) | Menurut saya, saya sudah loyal menjadi nasabah. Karena saya rutin menabung di Bank BTN dan saya juga sudah 2 tahun menjadi nasabah Bank BTN. (NSB I) |

Pernyataan dari para informan tersebut memperlihatkan bahwa peranan *customer service* sangat baik, sehingga loyalitas nasabah penabung di PT. BTN KC Denpasar sangat tinggi. Penelitian ini mendukung penelitian Budianto, M. R. (2021), peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangatlah penting untuk mendapatkan kepuasan nasabah sehingga memperoleh tanggapan yang positif dan citra perusahaan dimata nasabahnya semakin baik.

4.3 Analisis *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Penabung di PT. BTN KC Denpasar

Dalam menjalankan peranannya, *customer service* di PT. BTN KC Denpasar diharuskan untuk memahami dan menjalankan aturan-aturan, langkah-langkah dan etika yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen bank. Hal ini tentu sangat penting untuk dipatuhi oleh *customer service* PT.

BTN KC Denpasar dengan tujuan untuk memaksimalkan peran *customer service* dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, pihak manajemen bank sangat memaksimalkan peran *customer service*.

Dari hasil wawancara dengan pihak *customer service*, dapat dilihat jika *customer service* dalam melakukan pelayanan kepada nasabah sangat ramah, baik dan sopan. Kemudian *customer service* PT. BTN KC Denpasar diharuskan untuk selalu memberikan kemudahan dan perhatian kepada nasabahnya terutama dalam menyelesaikan masalah atau keluhan. Dapat dilihat bahwa pihak PT. BTN KC Denpasar menghimbau kepada *customer service* untuk memberikan kemudahan kepada nasabahnya terutama kepada nasabah lama atau nasabah existing. Untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah PT. BTN KC Denpasar oleh *customer service* sebagai upaya menjaga loyalitas adalah dengan memaksimalkan kemampuan dan memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani. Di PT. BTN KC Denpasar hal ini juga dilakukan dengan mematuhi peraturan dari manajemen seperti cara berbicara yang harus dijaga, etika saat berbicara, dan juga harus selalu sopan. Kemudian juga selalu senyum, ramah, dan *customer service* juga harus memberikan solusi di setiap permasalahan yang disampaikan nasabah, hal ini dilakukan agar ketika nasabah pulang telah puas dan maksud dan tujuannya telah sesuai dengan apa yang diinginkan.

Selain itu yang juga dilakukan oleh *customer service* PT. BTN KC Denpasar untuk memaksimalkan dan memberikan pelayanan terbaik adalah

dengan fokus, menyadari tujuan untuk bekerja adalah juga untuk membantu sesama, dan melayani nasabah sampai tuntas meskipun ada kendala. Selanjutnya adalah dengan melayani nasabah sampai tuntas meskipun terdapat kendala, dalam hal ini *customer service* diharuskan untuk benar-benar memaksimalkan kemampuannya untuk menyelesaikan suatu masalah, namun *customer service* juga akan melihat terlebih dahulu jenis kendala apa yang dialami oleh nasabah, karena tidak semua masalah yang dialami oleh nasabah dapat ditangani dan selesai dalam satu hari. Pada masalah yang dapat ditangani dan selesai pada hari yang sama, maka *customer service* dituntut untuk cekatan dalam menanganinya.

Kemudian dalam kasus nasabah yang belum juga paham akan info yang disampaikan, padahal sudah dijelaskan dengan bahasa yang baik, ramah dan sopan, maka *customer service* diharuskan untuk sabar dan telaten dalam menjelaskan kembali sampai si nasabah paham, bisa dengan menggunakan bahasa lain yang sekiranya dapat dipahami oleh nasabah.

4.4 Analisis Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar

Dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah yang loyal tentu tidak dapat dilakukan secara langsung hanya dalam waktu yang singkat, akan tetapi dibutuhkan upaya-upaya atau langkah-langkah dan beberapa tahapan yang salah satunya melalui pemaksimalan peranan dari *customer service*. Seperti halnya yang terjadi di PT. BTN KC Denpasar, dimana juga berupaya untuk menjalin hubungan kerja sama yang sebaik-baiknya dengan para nasabah yang salah satunya dengan memaksimalan peran *customer*

service. Indikasi loyalitas nasabah PT. BTN KC Denpasar dapat dilihat dari nasabah lama yang kembali dan setia menggunakan produk dari PT. BTN KC Denpasar.

Misalnya seperti pada nasabah deposito, mereka yang telah selesai atau telah sampai pada waktu untuk melakukan penarikan pada depositonya, akan kembali lagi mempercayakan uangnya pada PT. BTN KC Denpasar dengan membuka atau menggunakan lagi produk deposito dari PT. BTN KC Denpasar. Hal ini tentu tidak lepas dari perlakuan pihak bank kepada nasabah lama atau nasabah *existing* yang telah menjadi nasabah prioritas. Pada saat nasabah *existing* ini akan melakukan penarikan di akhir masa depositonya, biasanya nasabah akan melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada pihak bank, sehingga pada ke esokan harinya ketika nasabah telah sampai di kantor BTN, maka pihak *customer service* akan terlebih dahulu memanggil nasabah tersebut dan diantarkan ke bagian dalam kantor untuk didahulukan proses pelayanannya. Hal ini juga berlaku pada nasabah lama yang akan kembali lagi menggunakan atau membuka deposito dan produk lainnya.

Dilihat dari nasabah yang merasa enggan untuk berpindah atau menggunakan produk dari bank lain. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan salah satu nasabah yang merasa puas dengan kualitas pelayanan dari *customer service* dan teller di PT. BTN KC Denpasar. Selain itu nasabah juga mengatakan bahwa tempat yang bersih dan nyaman, dan juga sistem operasi dari *mobile banking* yang cukup lengkap, mudah dan nyaman

untuk digunakan, juga memberikan kontribusi bagi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Selain hal tersebut indikasi loyalitas nasabah dapat dilihat dari banyaknya produk dana yang dimiliki oleh nasabah lama. Ada beberapa nasabah yang lamanya menabung lebih dari 3 tahun memiliki produk dana seperti tabungan batara, deposito, giro, tabungan haji, bahkan batara junior yang di gunakan untuk keperluan anaknya yang masih mengenyam pendidikan. Bagi nasabah yang memiliki perusahaan, selain nasabah tersebut memiliki produk dana, nasabah tersebut juga menggunakan jasa dan pelayanan batara payroll. Selain produk dana dan jasa pelayanan, nasabah lama mayoritas juga menggunakan fasilitas kredit yang disediakan. Bahkan nasabah yang lebih dari 3 tahun atau nasabah yang memiliki usaha menggunakan fasilitas kredit lebih dari dua seperti KPR Platinum, Kredit Pemilikan Apartemen (KPA), Kredit Usaha Mikro dan Kecil, dan Kredit Pemilikan Ruko (KP Ruko).

Selanjutnya adalah dengan nasabah yang merekomendasikan produk dari PT. BTN KC Denpasar kepada relasinya. Dapat dilihat jika hal ini terjadi dikarenakan nasabah merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. BTN KC Denpasar. Dengan kepuasan yang didapatkannya, maka membuat nasabah ini ingin tetap menggunakan produk dari PT. BTN KC Denpasar dan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarganya agar dapat merasakan mendapat pelayanan baik yang serupa dengannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Denpasar, bisa ditarik kesimpulan seperti berikut :

1. Peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung telah melaksanakan pelayanan dengan baik dan secara maksimal. Hal tersebut dibuktikan dengan pelayanan kepada nasabah yang sedang mengalami masalah atau keluhan, seorang *customer service* membantu menyelesaikan *problem* tersebut secara tuntas dan memberikan informasi dengan jelas serta dengan penuh kesabaran.
2. Loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Tabungan Negara sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan nasabah lama yang tetap menabung dan bertransaksi di bank tersebut. Nasabah penabung enggan untuk berpindah ke bank lain, bahkan nasabah merekomendasikan orang lain untuk menabung di PT. BTN KC Denpasar karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak *customer service*.

5.2 Implikasi

Berlandaskan dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, maka implikasi dari penelitian ini ialah *customer service* dalam melakukan pelayanan kepada nasabah penabung harus sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP). *Customer service* dalam menyampaikan

informasi kepada nasabah harus ramah, sopan dan jelas sehingga nasabah dapat menerima informasi dengan baik. Kemudian *customer service* juga harus melakukan pelayanan secara maksimal dan tuntas dalam menyelesaikan masalah nasabah. Selanjutnya *customer service* juga harus membuat nasabah nyaman dan mempertahankan nasabah lama agar enggan untuk berpindah ke bank lain. Dalam hal itu semua, sehingga pelaksanaan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah penabung dapat dilakukan sesuai visi dan misi perusahaan.

Sesuai dengan penelitian terdahulu, Dewi, D. S. (2020), menunjukkan bahwa mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka setia terhadap BRI Syari'ah KCP Purbalingga dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari *customer service* ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap puas.

5.3 Saran

Bersumber dari hasil penelitian serta kesimpulan tersebut, adapun saran yang disampaikan guna tercapainya kesempurnaan pada penelitian selanjutnya yaitu seperti di bawah ini.

1. Saran Teoritis

- a. Untuk penelitian berikutnya diharapkan agar mencari beberapa faktor lainnya yang dapat menjadi peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung. Hal ini dikarenakan

penelitian ini hanya pada *customer service*, dan loyalitas nasabah penabung. hal ini penting, karena dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang sejenis selanjutnya.

- b. Wilayah pengambilan responden pada penelitian ini cuma terbatas dalam satu lokasi, sehingga untuk penelitian berikutnya diharapkan bisa membuat lebih luas wilayah penelitiannya untuk hasil yang lebih baik.

2. Saran Praktis

- a. Untuk *customer service* PT. BTN KC Denpasar, perlu mempertahankan pelayanan kepada nasabah yang sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- b. Untuk *customer service* PT. BTN KC Denpasar dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah harus tetap dilakukan secara maksimal dan tuntas dalam menyelesaikan masalah serta keluhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. N. (2020). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung: Studi Kasus Pada BRI Syariah Kantor Cabang Jombang Wachid Hasyim. *Skripsi*.
- Aufa Atila. (2021). Sumber Daya Manusia dan Manajemen Sumber Daya Manusia. *Blog JOJONOMIC*.
- Buchari Alma. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: ALFABETA, hal. 338.
- Budianto, M. R. (2021). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Jatinangor. *Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi*.
- Burhan Bungin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok : Rajawali Pers. PT. Rajagrafindo Persada.
- Dewi, D. S. (2020). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga. *Doctoral dissertation, IAIN*.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Skripsi*.
- Hadari Nawawi. (2003). *Perencanaan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- <https://www.gramedia.com/literasi/customer-service/>
- Ismail (2011). *Manajemen perbankan*. Jakarta : Kencana.
- Isnawati, I. (2019). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Doctoral dissertation, Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo)*.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 249-250.
- Kasmir. (2018). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*, (Depok: Rajawali Pers, hal. 250-251.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*, London: Pearson Education, hal. 153.

- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Qualitative Data Analysis. Terjemahan Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Natasya, P., & Marlius, D. (2021). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang. *Skripsi*.
- Nofianti, H. (2016). Peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) tbk Kantor Cabang Syariah Semarang. *Skripsi*.
- Octavia, Y., & Alexandro, R. (2020). Efektivitas Customer Service (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial dan Administrasi Negara*, 4(1).
- Rambat Lupiyoadi, Dedy A. Hamdani (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Ratih Hurriyati. (2010) *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, hal. 129.
- Robert K. Yin. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rohmatussaniyah, M. (2017). Peranan Customer service dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah penabung (studi kasus pada BRI unit Sumbergempol Kabupaten Tulungagung). *Skripsi*.
- Sayuti Hasibuan. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia : pendekatan non sekuler*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sri Larasati. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yulia, Ellawati. (2017). Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu. *E-Repository IAIN Bengkulu*.

Informan No: 1

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : Luh Putu Suhestri (ABM)
 Kapasiti : *Assisten Branch Manager*
 Lama Bekerja : 10 Tahun
 Tempat : PT. BTN KC Denpasar
 Pukul : 12.00-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|--|--|------------------|--------------|-------------------|-----------------------|
| 1 | Tentang pelayanan Bank BTN. Sistem pelayanan seperti apa yang diterapkan oleh BTN KC Denpasar ini dalam meningkatkan kualitas Customer Service ? | Jadi gini, ada dari bagian layanan itu ramah dan empati itu sangat penting dalam pelayanan karena Bank itu identik dengan pelayanan yang ramah dan memuaskan yaitu dengan senyum, lalu penampilan harus rapi, menarik itu juga menunjang dalam pelayanan. Kemudian empati, kita diajarkan untuk memberikan respon positif kenasabah walaupun | Ramah dan Empati | Pelayanan | Pelayanan nasabah | Kualitas CS yang baik |

| | | | | | | |
|---|--|---|-----------|-----------|--------------------------|------------------------------------|
| | | nasabah memberikan respon negatif. Dengan bersikap empati saat nasabah emosional, nasabah bisa langsung netral. Apa yang dirasakan nasabah itu penting. | | | | |
| 2 | Apakah ada pelatihan yang diadakan oleh Bank BTN KC Denpasar dalam meningkatkan kualitas Customer Service? | Pasti ada mas, pertama kita masuk dunia perbankan itu ada yang namanya PDP (Pendidikan Dasar Perbankan), jadi disitu kita di didik untuk memahami seperti apa dunia perbankan. Itu tahap awal, selanjutnya untuk CS ada pelatihan secara terus menerus bahkan pelatihan diluar dari job desk kita. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan ada yang namanya service | Pelatihan | Pelayanan | Pelayanan kepada nasabah | Meningkatkan kualitas pelayanan CS |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | <p>excellent, disitu kita dididik untuk bagaimana sih memberikan service yang baik, yang excellent kepada nasabah, itu ada kita pendidikannya. Tes untuk pengetahuan tentang pelayanan, ada juga yang namanya roll play. Roll play itu nanti pimpinan kita akan melihat pelayanan kita nanti di tes, itu apa? supaya bisa meningkatkan kualitas layanan. Minimal kita bisa melakukan pelayanan sesuai dengan standar operasional. Untuk roll play diadakan setiap minggu. Dan itu harus karena nanti di video lalu di kirim ke pusat.</p> | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|

| | | | | | | |
|---|---|--|------------------------|------------------|---------------------------------|---|
| 3 | <p>Untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, pelayanan terbaik apa untuk melayani keluhan nasabah?</p> | <p>Kami selalu berusaha memberikan yang terbaik dan berusaha memberikan kepuasan kepada nasabah. Yaitu dengan melayani nasabah sampai tuntas meskipun ada kendala, memaksimalkan kemampuan untuk menyelesaikannya, namun kita lihat dulu kendala yang dialami oleh nasabah, karena tidak semua kendala bisa ditangani hanya dalam waktu satu hari. Jika ada yang perlu dikoordinasikan dengan kantor pusat atau cabang yang lain maka tidak bisa langsung selesai. Jadi walaupun sampai tuntas itu butuh waktu. Untuk nasabah yang mengalami</p> | <p>Keluhan nasabah</p> | <p>Pelayanan</p> | <p>Pelayanan kepada nasabah</p> | <p>Meningkatkan pelayanan kepada nasaabah</p> |
|---|---|--|------------------------|------------------|---------------------------------|---|

| | | | | | | |
|---|---|--|------------|-----------|-----------|------------------|
| | | kesulitan dalam menerima informasi, maka kita kembali lagi harus sabar dan mengulangi penjelasan dengan pelan-pelan menggunakan bahasa yang sekiranya dapat membuat nasabah tersebut mengerti. | | | | |
| 4 | Strategi apa yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah? | Ramah dan empati itu sih intinya. Saat kita bisa ramah ke nasabah dan empati ke mereka itu bisa jadi strategi mereka, dan itu juga kan budaya perusahaan yang harus kita jalankan. | Startegi | Pelayanan | Pelayanan | Kepuasan nasabah |
| 5 | Apakah penataan ruang menjadi hal utama dalam memberikan kenyamanan terhadap nasabah? | Betul, jadi..nasabah pastinya juga ingin tempat yang nyaman. Karena gini kalau nasabahnya otomatis ada antrian, kalau ruangnya kurang nyaman nah itu juga | Kenyamanan | Pelayanan | Pelayanan | Kepuasan nasabah |

| | | | | | | |
|---|--|--|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| | | akan berpengaruh ke emosional biasanya. Makanya di sini pertama dari sofanya aja kita harus udah ada standarnya, sofanya harus lembut. Itu kan juga fasilitas yah. Ruangan juga harus wangi dan bersih. Jadi bawaannya tenang, adem gitu. | | | | |
| 6 | Bagaimana tingkat loyalitas nasabah penabung di BTN KC Denpasar? | Untuk tingkat loyalitas di sini sudah tinggi karena para nasabah merasa puas dengan pelayanan kita, merasa nyaman, dan aman. Kita tidak ada modus skimming atau penarikan uang di luar keinginan nasabah. Kemudian untuk mengindikasi peningkatannya juga bisa kita lihat dari semakin banyaknya | Loyalitas pelanggan | Loyalitas pelanggan | Loyalitas pelanggan | Tingkat Loyalitas pelanggan |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | nasabah lama atau nasabah existing yang kembali pada kita dan menggunakan produk kita. Dan perlakuan kita pada nasabah lama atau nasabah existing tentu juga berbeda, jelas akan lebih kita prioritaskan. | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|

Informan No: 2

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : I Gusti Ayu Mita Ermia (CS I)
Kapasiti : *Customer Service*
Lama Bekerja : 5 Tahun
Tempat : PT. BTN KC Denpasar
Pukul : 11.30-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|--|---|------------------------------------|--------------|-----------------------|----------------------------|
| 1 | Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah? | Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP dan 3S (senyum, salam, sapa) jadi sebagai pegawai Bank BTN, kita harus melayani nasabah semaksimal mungkin agar nasabah merasa nyaman selama berada di bank. | SOP (Standar Operasional Prosedur) | Pelayanan | Pelayanan | Standar pelayanan |
| 2 | Bagaimana cara penyampaian informasi yang baik kepada nasabah? | Penyampaian informasi yang baik, ramah dan sopan. Seperti sebelum bertanya didahului dengan permisi atau permohonan maaf, dan jika menggunakan bahasa jawa maka menggunakan krama halus. Hal ini | Informasi | Pelayanan | Penyampaian Informasi | Cara Penyampaian Informasi |

| | | | | | | |
|---|--|---|--------|-----------|--------|-----------|
| | | <p>bertujuan untuk mencegah nasabah merasa tersinggung ketika menanyakan hal-hal yang sensitive seperti status pernikahan dan jumlah pendapatan. Karena hal ini menyangkut privasi jadi harus dilakukan dengan kehati-hatian. Kemudian menyampaikan informasi menggunakan bahasa yang baik dan gerak tubuh yang baik agar mudah dipahami oleh nasabah, lalu misalkan ada nasabah yang belum juga memahami informasi yang diberikan maka kita sabar dan telaten untuk menjelaskan sampai si nasabah ini paham.</p> | | | | |
| 3 | Apakah sudah melayani nasabah sampai tuntas saat nasabah mengalami kesulitan informasi ? | Harus selalu sampai tuntas agar tidak mengecewakan nasabah, saat nasabah mengalami kesulitan informasi saya | Solusi | Pelayanan | Solusi | Pelayanan |

| | | | | | | |
|---|---|--|-----------|-----------|-------------------|---------------------|
| | | sendiri sebagai customer service selalu memberikan yang terbaik dan solusi terbaik kepada nasabah. | | | | |
| 4 | Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke BTN KC Denpasar? | Kalau kendala selama ini pada pemberkasan. Biasanya nasabah datang berkasnya atau persyaratan untuk peminjaman dana itu kurang. Tapi hal seperti itu masih bisa diatasi. | Kendala | Pelayanan | Kendala | Bendala pada berkas |
| 5 | Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di BTN KC Denpasar ? | Kalau misalkan dikatakan setia persepsinya yang pertama kalau misalkan sudah datang satu kali kemudian datang lagi itu yang dikatakan setia, kalau misalkan terjadi sesuatu pasti kembali mengurus apa yang menjadi masalah itu sudah bisa dikatakan loyal | Loyalitas | Loyalitas | Loyalitas Nasabah | Loyalitas |
| 6 | Apakah nasabah di Bank BTN ini sudah bisa dikatakan loyal ? | Pengguna jasa pada Bank BTN KC Denpasar ini sudah termasuk loyal, | Loyalitas | Loyalitas | Loyalitas Nasabah | Nasabah Meningkat |

| | | | | | | |
|---|--|---|---------------|-----------|--------------|---------------------------|
| | | dapat dilihat semakin tahun semakin banyak jumlah nasabah di Bank kita | | | | |
| 7 | Bagaimana cara anda mempertahankan nasabah lama agar tetap loyal menjadi nasabah di PT BTN KC Denpasar ? | Dengan cara selalu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga nasabah selalu merasa puas dan tidak berpaling ke bank lain jika service kami berikan tidak membuat nasabah kecewa. | Pelayanan | Loyalitas | Nasabah Lama | Pelayanan yang baik |
| 8 | Apakah sudah memberikan pelayanan maksimal untuk nasabah ? | Sudah, karena kewajiban seorang customer service adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu kami memberikan pelayanan dengan baik, dengan bersikap sopan, ramah dan telaten dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank. | Totalitas | Loyalitas | Loyalitas | Pelayanan secara maksimal |
| 9 | Lalu bagaimana cara merayu calon nasabah untuk menggunakan | Dengan cara mendekati nasabah dan mempromosikan produk- | Calon Nasabah | Loyalitas | Nasabah baru | Promosi |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | produk yang ada di PT BTN KC Denpasar ? | produk di bank dengan cara menunjukkan keunggulan-keunggulan produk yang ada di Bank BTN KC Denpasar dan tentu juga disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

Informan No: 3

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : Ni putu sri rimayanti (CS II)
Kapasiti : *Customer Service*
Lama Bekerja : 5 Tahun
Tempat : PT. BTN KC Denpasar
Pukul : 12.00-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|---|--|-----------|--------------|--------------------------|------------------------------|
| 1 | Sebagai Customer Service apakah anda sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabah ? | Untuk pelayanan menurut saya, saya sudah memberikan pelayanan yang maksimal. Jadi bukannya maksimal tetapi karena sudah terbiasa melayani nasabah, bisa membantu kebutuhan nasabah, nasabah pin ke blokir dan lain-lain. Bisa membantu kesulitan nasabah aja sudah senang. Kalau prinsip saya yang penting nasabah senang datang kesini masalahnya udah beres udah. Apapun bisa kita jalankan kalau kita | Pelayanan | Pelayanan | Pelayanan kepada nasabah | Dilaksanakan dengan maksimal |

| | | | | | | |
|---|--|--|-----------|-----------|--------------------------|----------------------------|
| | | udah biasa dan kita udah nyaman, pasti bisa. | | | | |
| 2 | Bagaimana pelayanan yang Anda berikan kepada nasabah ? | Kita harus punya rasa empati dan kita harus bisa menjaga intonasi. Karena gini di Indonesia ini kan suku banyak, usia ada tingkatannya. Kita juga harus bisa memahami, itu inti dari pelayanan yang saya sampaikan. Kita tidak bisa menyamakan antara perempuan laki-laki. | Pelayanan | Pelayanan | Pelayanan kepada nasabah | Pemahaman terhadap nasabah |
| 3 | Terus apa saja kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank BTN? | Kalau kendala selama ini paling di Bank itu lebih ke pemberkasan. Kendalanya itu dari nasabah yang memang mewakili, artinya harusnya orang ini yang datang yang punya malah orang lain. Sudah jelas itu tidak bisa. Atau kendalanya berkas belum lengkap jadi kendalanya juga dengan kami. | Kendala | Pelayanan | Pelayanan Nasabah | Pemberkasan |
| 4 | Apakah ada kesulitan | Kesulitan pasti ada. | Kesulitan | Pelayanan | Pelayanan | Tidak ada |

| | | | | | | |
|---|---|--|--------------|-----------|--------------------------|----------------------|
| | yang anda alami selama menjalankan tugas sebagai Customer Service ? | Karena apapun yang kita jalani yaitu resiko, itu job desk kita itu akan jadi kendala. Tapi untuk sekarang sih alhamdulillah bisa di atasi semuanya. | | | kepada nasabah | kendala |
| 5 | Bagaimana sikap Anda dalam menyelesaikan kesulitan yang terjadi? | Saat nasabah datang, nasabah punya kendala ini itu. Pertama kita harus tau prosedur, yang kedua kita harus tau produk. Kita kan dibidang jasa, jadi kita harus tau jasa apa aja yang kita punya di perbankan itu. Misalnya itu dia punya kendala apa? ATM rusak. Kita harus tau prosedur penggantian ATM, terus masalah lain kredit macet kita harus bisa memahami nasabah, tapi tanpa merugikan bank, seperti itu. Itu kembali kepada SOP Prosedur Praktek Operasionalnya dan Produk. | Penyelesaian | Pelayanan | Pelayanan kepada nasabah | Penyelesaian masalah |

| | | | | | | |
|----|--|--|--------------------|-----------|-------------------|-----------------------|
| 6. | Bagaimana cara Anda menarik minat nasabah agar mau menabung atau melakukan transaksi di Bank BTN KC Denpasar ? | Di kita ada yang namanya Crosseling itu wajib, contohnya ada nasabah punya tabungan terus dia ingin buka rekening tapi ada kendala transaksi, kita bisa tawarkan mobile banking. Nah dengan situ kan dia bisa jadi nasabah loyal kita, karena bisa transaksi dengan mudah di rumah. Itu bisa jadi salah satunya. Atau nasabah punya uang, mau nabung tapi mau dapat bagi hasil. Kita tawarkan saja deposito. | Daya tarik Nasabah | Loyalitas | Loyalitas nasabah | Menarik Minat Nasabah |
| 7. | Bagaimana cara Anda memberikan informasi ? | Kalau informasi pertama kita untuk promosi bisa melalui by phone, kedua untuk memberikan informasi produk baru yaitu dengan crosseling. Saat selesai pelayanan memenuhi kebutuhan nasabah, kita bisa tawarkan informasi yang lain. Baik informasi | Informasi | Pelayanan | Pelayanan Nasabah | Crosseling |

| | | | | | | |
|----|---|--|--------------|-----------|------------------|--------------|
| | | tentang pembiayaan ataupun dana ataupun fasilitas lainnya. | | | | |
| 8. | Apakah Anda sudah melayani nasabah sampai tuntas disaat nasabah mengalami kesulitan informasi ? | Sudah. Kalau pelayanan itu harus sampai tuntas, karena nasabah sudah datang jauh-jauh mereka datang ke sini karena ada masalah ada yang perlu ditanyakan. Nah kita harus membantu sampai tuntas, karena bagaimanapun itu tanggung jawab kita kepada nasabah. Kita kan ada beban moral juga yah secara dibalik beban materi tabungan mereka, kita tetap ada beban moral buat mereka, dan kita harus bisa membantu mereka | Kendala | Pelayanan | Pelayanan | Penyelesaian |
| 9. | Bagaimana cara mempertahankan nasabah lama agar tetap merasa puas menjadi nasabah Bank BTN KC | Nasabah itu kan ada nasabah prioritas dan non prioritas. Nasabah prioritas itu biasanya mereka punya dana yang | Nasabah Lama | Loyalitas | Nasabah Penabung | Nasabah lama |

| | | | | | | |
|-----|---|---|------------------|-----------|------------------|----------------------|
| | Denpasar ? | lumayan, kita ambil contoh ke dana/simpanan. Service yang kita kasih itu pertama kita akan mengutamakan nasabah itu, karena itu biasanya tanggung jawab FO. Nah itu salah satu menjadi nasabah loyal dan baik untuk ke kita. Dari pelayanan sih yang penting, kan pelayanan juga tidak harus Customer Service, yang teller BO juga, marketing juga mereka pelayanan sama. | | | | |
| 10. | Upaya apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah ? | Lebih memahami kebutuhan nasabah, karena kalau kita tidak tau dan tidak memahami kebutuhan nasabah. Bagaimana kita bisa memberikan pelayanan yang baik. Seandainya nasabah datang kesini ATM nya ke blokir kita buka blokirnya. Kalau | Kepuasan Nasabah | Loyalitas | Kepuasan Nasabah | Melayani dengan baik |

| | | | | | | |
|-----|---|--|---------|-----------|----------|------------------|
| | | kesini mau daftar mobile banking, ya kita harus daftarkan mobile bankingnya. Kalau di sini mau nabung, ya kita bantu. | | | | |
| 11. | Apakah ada keluhan yang disampaikan oleh nasabah mengenai pelayanan yang mengganggu kepuasan mereka ? | Kadang gini lebih ke salah satu keluhan mobile banking sih, kadang nasabah ganti kartu sedangkan itu harus link ke nomor, itu sih yang sering jadi kendala. Tapi itu kan kendala bukan dari kami, tapi dari nasabah itu sendiri. Untuk menangani masalah itu juga kita sudah menyediakan fasilitas call center. Karena gini, kita di bagian operasional ada keterbatasan jam operasional juga. | Keluhan | Loyalitas | Kepuasan | Kepuasan nasabah |

Informan No: 4

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : Jhonilius Thaludaga (NSB I)
Kapaciti : Nasabah
Lama Menabung : 5 Tahun
Tempat : PT. BTN KC Denpasar
Pukul : 12.00-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|---|---|---------|--------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Bagaimana pelayanan yang anda rasakan di Bank BTN KC Denpasar? | Pelayanan yang diberikan sudah bagus dan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama bagian customer service setiap saya bertanya saya selalu menangkap jawabannya dengan jelas, jadi saya merasa nyaman menjadi nasabah disini. | Nasabah | Pelayanan | Pelayanan nasabah | Pelayanan bagus |
| 2 | Apakah anda sudah dilayani sampai maksimal oleh customer service disaat mengalami kesulitan informasi ? | Iya mas, jika saya mengalami kesulitan saya dibantu dari awal sampai akhir saya melakukan transaksi di Bank BTN sini. Para karyawan salah satunya customer service | Kendala | Pelayanan | Pelayanan nasabah | Penyelesaian masalah |

| | | | | | | |
|---|---|--|-------------|-----------|---------------------|--------------------|
| | | menurut saya penuh tanggung jawab menyelesaikan tugasnya sampai selesai. | | | | |
| 3 | Bagaimana penyampaian informasi yang diberikan customer service ? | Menurut saya penyampaian informasi yang diberikan customer service mudah diterima dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan saya. | Penyampaian | Pelayanan | Informasi | Penyampaian sesuai |
| 4 | Apakah puas dengan pelayanan customer service di Bank BTN KC Denpasar dan tetap loyal menjadi nasabah ? | Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service di Bank BTN KC Denpasar ini saya akan tetap loyal. | Pelayanan | Loyalitas | Loyalitas pelanggan | Kepuasan nasabah |
| 5 | Mengapa anda memilih di PT BTN KC Denpasar ? | Saya memilih di Bank BTN KC Denpasar karena dari pelayanannya bagus dan saya merasa aman dan nyaman melakukan transaksi di bank ini. | Pelayanan | Pelayanan | Kepuasan nasabah | Kepuasan nasabah |

| | | | | | | |
|----|--|---|--------------------|-----------|-------------------|------------------|
| 6. | Apakah menurut anda bagian customer service sudah kompeten dibidangnya ? | Iya, buktinya saya datang kesini dengan membawa pengajuan pengaduan bahwa saya kehilangan buku tabungan dan kartu ATM, saya hanya memiliki nomor hp dan nomor rekening. Alhamdulillah customer service sudah menangani permasalahan yang saya alami saat ini. | Kompeten | Loyalitas | Permasalahan | Kepuasan Nasabah |
| 7. | Apakah bagian customer service sudah memberikan pelayanan maksimal ? | Sudah, menurut saya customer service sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya dan customer service selalu bersikap sopan, ramah, dan telaten dalam melayani nasabahnya. | Pelayanan Maksimal | Pelayanan | Kualitas | Pelayanan baik |
| 8. | Apakah anda sudah loyal menjadi nasabah ? | Menurut saya, saya sudah loyal menjadi nasabah. Karena saya rutin menabung di Bank BTN dan saya juga sudah 2 tahun menjadi nasabah Bank BTN | Loyalitas | Loyalitas | Loyalitas Nasabah | Nasabah lama |

Informan No: 5

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : I Wayan Nengah (NSB II)
Kapaciti : Nasabah
Lama Menabung : 5 Tahun
Tempat : PT. BTN KC Denpasar
Pukul : 13.00-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|---|--|------------|--------------|------------|------------------|
| 1 | Bagaimana pelayanan yang anda rasakan di Bank BTN KC Denpasar? | Selama saya menjadi nasabah disini, saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CS, jadi saya merasa nyaman menabung disini. | Kenyamanan | Pelayanan | Pelayanan | Kepuasan Nasabah |
| 2 | Menurut anda, apakah CS sudah memberikan pelayanan secara maksimal? | Menurut saya CS sudah memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya, terutama juga saya karena mereka memahami apa yang saya keluhkan diwaktu saya bertanya tentang apa yang tidak saya mengerti, dan CS selalu bersikap sopan, | Pemahaman | Pelayanan | Kenyamanan | Kepuasan Nasabah |

| | | | | | | |
|---|--|--|----------|-----------|----------------------|------------------------------------|
| | | ramah, dan telaten dalam melayani. | | | | |
| 3 | Apakah dilayani sampai tuntas oleh bagian CS disaat mengalami kesulitan informasi? | Iya mas, buktinya kalau ada nasabah yang mengadu, cs bisa menangani permasalahan nasabah dan juga cepat tanggap. Menurut saya cs disini dalam menyelesaikan masalah selalu bersikap ramah dan setia mendengarkan keluhan kita. | Masalah | Pelayanan | Permasalahan nasabah | Penyelesaian dilakukan dengan baik |
| 4 | Apakah anda sudah loyal menjadi nasabah penabung di Bank BTN KC Denpasar ini? | Saya sudah termasuk loyal di Bank BTN ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini sudah bertahun-tahun | Penabung | Loyalitas | Loyalitas | Nasabah penabung lama |
| 5 | Mengapa anda memilih menabung di Bank BTN KC Denpasar ini? | Saya memilih menabung di BTN KC Denpasar ini karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya | Menabung | Loyalitas | Loyalitas Nasabah | kenyamanan |

| | | | | | | |
|---|--------------------------------------|--|-----------|-----------|-------------------|------------------|
| | | dan saya juga merasa nyaman menabung disini | | | | |
| 6 | Kenapa anda tidak memilih bank lain? | Saya puas dengan pelayanan disini, selain itu tempatnya juga bersih dan nyaman terus ada m-banking yang cukup lengkap dan mudah, kalau untuk pindah atau memilih bank lain untuk saat ini masih nggak. | Bank lain | Loyalitas | Loyalitas Nasabah | Kepuasan nasabah |

Informan No: 6

Transkrip Wawancara Peranan CS Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BTN KC Denpasar

Nama Informan : Rosari Nur Prajanti (NSB III)
Kapaciti : Nasabah
Lama Menabung : 5 Tahun
Tempat : PT. BTN KC Denpasar
Pukul : 11.00-Selesai

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN | KODE | KATEGORISASI | TEMA | KETERANGAN |
|-----|---|---|-------------|--------------|--------------------------|---------------------|
| 1 | Bagaimana pelayanan yang anda rasakan di Bank BTN KC Denpasar? | Selama bertahun-tahun saya jadi nasabah disini, menurut saya pelayanan yang diberikan bagus, penampilannya juga bagus, rapi, kemudian cara bicaranya juga sopan, jadi belum mengecewakan selama saya menabung disini. | Penyampaian | Pelayanan | Pelayanan kepada nasabah | Pelayanan yang baik |
| 2 | Menurut anda bagaimana CS menyelesaikan keluhan atau masalah nasabah? | Saya pernah mengalami kesulitan, tapi cs membantu saya dari awal sampai masalah saya selesai, menangani keluhan juga bagus, menurut saya cs sudah bertanggung jawab dalam | Keluhan | Pelayanan | Masalah nasabah | Penyelesaian |

| | | | | | | |
|---|---|--|-----------|-----------|---------------------|--|
| | | menyelesaikan tugasnya sampai tuntas. | | | | |
| 3 | Apakah menurut anda pelayanan yang diberikan oleh CS Bank BTN KC Denpasar ini sudah baik? | Iya sudah baik, bahkan saya puas dengan pelayanan disini. Jika saya ada keluhan CS memberikan pelayanan dengan ramah dan memberikan solusi yang tepat. Bukan hanya CS saja yang lainnya juga memberikan pelayanan dengan baik. | Solusi | Pelayanan | Pelayanan yang baik | Pelayanan yang baik kepada nasabah |
| 4 | Apakah menurut anda informasi yang disampaikan oleh CS sudah baik? | Iya mas. Cs dalam menyampaikan informasi sudah baik. Bahkan saat saya belum juga memahami informasi yang diberikan, CS sabar dan telaten untuk menjelaskan sampai saya paham. | informasi | Pelayanan | Penyampaian | Komunikasi baik |
| 5 | Apakah menurut anda CS sudah melakukan pelayanan secara maksimal? | Sudah maksimal mas. Buktinya cs memberikan perhatian penuh kepada saya tanpa melihat status sosial. Kemudian juga dalam melayani, disetiap ada masalah atau keluhan | Kondisi | Pelayanan | Pelayanan makimal | pelayanan kepada nasabah secara maksimal |

| | | | | | | |
|---|---|---|------------|-----------|----------------------------|---------------------------------|
| | | selalu kita usahakan untuk sampai tuntas. | | | | |
| 6 | Kenapa anda memilih menabung di BTN KC Denpasar ini? | Karena saya merasa puas dengan pelayanan disini, terutama CS dan saya juga sudah bertahun-tahun menabung dan bertransaksi disini, pelayanan tetap bagus, makanya saya memilih tetap menabung disini | Loyalitas | Loyalitas | Loyalitas nasabah penabung | Nasabah lama |
| 7 | Kenapa anda sangat loyal menabung disini sampai lebih dari 4 tahun? | Iya karena saya merasa puas disini. Selain CS dan Tellernya ramah dan sabar, Lokasinya strategis dengan tempat kerja saya dan tempatnya nyaman. Kemudian sistem untuk transaksinya juga sesuai kebutuhan, jadi kalau mau pindah ke tempat lain masih belum ada pikiran kesana. Saya juga merekomendasikan saudara dan teman-teman saya untuk menabung di sini | Kenyamanan | Loyalitas | Loyalitas nasabah penabung | Kenyamanan nasabah bertransaksi |

Lampiran II

Dokumentasi Wawancara dengan Informan



Dokumentasi wawancara dengan Informan 1
Assisten Branch Manager (Luh Putu Suhestri)



Dokumentasi wawancara dengan Informan 2
Customer Service I (I Gusti Ayu Mita Ermia)



**Dokumentasi wawancara dengan Informan 3
*Customer Service II (Ni putu sri rimayanti)***



**Dokumentasi wawancara dengan Informan 4
*Nasabah I (Jhonilius Thaludaga)***



**Dokumentasi wawancara dengan Informan 5
Nasabah II (I Wayan Nengah)**



**Dokumentasi wawancara dengan Informan 6
Nasabah III (Rosari Nur Prajanti)**