

## Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun

Fibi Nur Okluanty<sup>1</sup>, Niniek Imaningsih<sup>2</sup>, Cholid Fadil<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

21011010028@student.upnjatim.ac.id niniekimaningsih@gmail.com

cholid\_fadil.ep@upnjatim.ac.id

### ABSTRACT

*Achieving customer happiness necessitates the adoption of enhanced customer service. The present study examines how customer service might enhance customer service satisfaction at the Madiun Branch Office of PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. For the intention of understanding how customer service contributes to the PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Madiun Branch Office's improved customer service. Qualitative research with data gathering methods from libraries is the sort of study that's is being done. The study's findings show that PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Madiun Branch Office's customer service is crucial to the provision of services to clients*

**Keyword:** *customer service, service quality, role, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk*

### ABSTRAK

Penerapan peningkatan pelayanan *customer service* memiliki peranan penting agar mencapai kepuasan nasabah. Penelitian ini membahas mengenai peranan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun. Dengan tujuan mengetahui peran *customer service* berkontribusi pada peningkatan pelayanan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data studi Pustaka atau *library research*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

**Kata kunci:** *customer service, kualitas pelayanan, peranan, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk*

### PENDAHULUAN

Kebutuhan akan pemberian layanan semakin meningkat di dunia modern. Hal ini terlihat dari meningkatnya layanan masyarakat yang disediakan oleh bisnis yang berorientasi pada layanan dan organisasi pemerintah. Layanan adalah aktivitas yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, yang diberikan kepada klien oleh perusahaan atau seseorang. Layanan adalah salah satu dari beberapa program yang dirancang untuk membantu mereka yang membutuhkan layanan. Layanan yang baik

didefinisikan sebagai kemampuan untuk memuaskan nasabah dengan memberikan layanan yang memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh organisasi atau bisnis.

Bank adalah lembaga keuangan sebagai penyedia layanan uang memberikan pelayanan terbaik untuk mengungguli pesaing di pasar kompetitif. Berbagai pendekatan layanan nasabah baru ini telah diciptakan dengan tujuan menarik nasabah potensial dan mempertahankan nasabah yang ada dalam bentuk memerangi persaingan yang semakin ketat diantara industri perbankan. Bank perlu menjaga citra publik yang positif untuk memperluas dan mempertahankan basis nasabah. Hal tersebut diperkuat dengan ketertiban keamanan Masyarakat, kualitas layanan, dan kualitas produk. Menurut (Masadah et al., 2020) Kualitas pelayanan mengandung 3 pemahaman dasar yakni *intangibility* (tidak terwujudnya pelayanan karena pelayanan bukan objek melainkan kinerja), *heterogeneity* (penerapan kinerja sering kali bervariasi), dan *inseparability* (pelayanan tidak dapat ter pisah atau produksi dan konsumsi layanan tidak dapat dipisah)

Bank dapat menangani dan mengelola dana nasabah karena bank adalah entitas kepercayaan dan perantara bagi masyarakat. Selain itu, bank harus memberikan layanan terbaik dan terlengkap kepada nasabahnya untuk mempertahankan sebagai klien dan meyakinkan mereka bahwa bank adalah organisasi yang dapat diandalkan dalam bisnis penghimpun dana masyarakat (Tabungan). Oleh karenanya, bank harus berupaya meningkatkan pelayanan agar dapat memenuhi keinginan dan preferensi nasabah dengan lebih baik.

*Customer Service* secara *general* didefinisikan sebagai kegiatan pembuktian bahwa nasabah atau klien puas dengan layanan yang telah diterima. (Fernandes & Marlius, 2018). Selain memberikan layanan, *customer service* sangat penting untuk membangun ikatan dengan Masyarakat. Satu cara untuk memahami pelayanan nasabah berkualitas adalah dari sudut pandang nasabah. Nasabah sering kali mengevaluasi tingkat layanan dari dua sudut pandang meliputi proses dan prosedur terorganisir yang digunakan untuk menyediakan barang atau jasa, menyangkut sikap, Tindakan, dan keterampilan yang digunakan oleh *customer service* saat berkomunikasi dengan nasabah.

Harapan atau keinginan nasabah yang sebenarnya dari perusahaan dapat dibandingkan dengan persepsi mereka mengenai pelayanan yang benar atau capai. Sebuah layanan dianggap baik dan memuaskan jika dirasakan atau diterima sesuai dengan yang diharapkan. Bertambahnya harapan nasabah adalah bentuk kualitas pelayanan terbaik. Sebaliknya, jika kualitas layanan yang buruk dirasakan maka tingkat layanan yang diterima lebih rendah.

Pelayanan nasabah yang baik dapat meningkatkan kebahagiaan nasabah, membina hubungan yang erat, dan mendukung perluasan bisnis jangka panjang. *Customer service* bertugas memberikan bantuan kepada nasabah dari awal hingga akhir termasuk menerima keluhan, memberitahu nasabah tentang barang atau jasa, dan mencoba menyelesaikan masalah yang dimiliki nasabah. *Customer Service* harus

memberikan sikap ramah, sopan, dan berbicara dengan lembut saat berinteraksi dengan nasabah (Gian et al., 2023).

Kendala umum yang ada pada pelayanan nasabah meliputi aspek seperti lamanya jangka pelayanan untuk satu nasabah sehingga menyebabkan nasabah tidak dapat mengantre dengan kondusif. Ketidakmampuan melakukan pendekatan psikologis atau kurangnya interaksi dan ketidakpuasan yang tinggi terhadap nasabah juga sering menjadi gejala umum. Oleh karena itu, penting untuk mengamati bahwa pelayanan nasabah membutuhkan lebih dari sekedar informasi namun pelayanan ini juga mencakup keterampilan dan penerapan yang nyata (Fitri, 2023).

Customer service di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun tidak hanya diibaratkan sebagai operasional harian saja namun mereka sebagai garis utama yang berhadapan langsung dengan nasabah. *Customer service* menjadi figur perusahaan sekaligus memberikan pengalaman hebat yang tidak hanya memenuhi namun juga melampaui harapan sehingga dapat membina kemitraan jangka panjang dengan nasabah. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun menjamin bahwa setiap interaksi dengan *customer service* merupakan pengalaman yang menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, peran *customer service* untuk meningkatkan pelayanan nasabah adalah sebagai kemajuan karir bank dan meningkatkan kualitas bank terhadap pelayanan nasabah yang berkualitas. Pelayanan yang dilakukan adalah kepuasan bagi nasabah sebagai pemenuh keinginan dan kebutuhan nasabah atau calon nasabah yang ingin berkonsultasi dengan *customer service*. Berdasarkan uraian, maka penulis mengajukan judul “Peran Customer Service dalam meningkatkan pelayanan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Definisi Peran *Customer Service***

*Customer service* memainkan peran penting dalam pemuas nasabah. Pemberian informasi *customer service* kepada nasabah merupakan kebahagiaan bagi nasabah. Untuk melakukan hal ini, *customer service* harus memiliki akses teknologi yang andal dan mudah digunakan agar informasi dapat memberikan bantuan yang akurat dan tepat. Pada realisasinya, *customer service* melakukan tugas sebagai resepsionis, tenaga penjualan (*sales*), sebagai *customer relation officer*, dan komunikator. Aspek yang krusial dalam dunia perbankan yaitu perilaku dan sikap, kejujuran dalam bertindak, selalu tersenyum, lembut, ramah, sopan, bertanggung jawab dan gemar membantu nasabah (Putri & Tanjung, 2018).

Pentingnya komunikasi yang efisien, cepat, dan ramah dari *customer service* dalam menumbuhkan pengalaman nasabah yang baik. Kepuasan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan merupakan elemen yang mempengaruhi loyalitas nasabah. *Customer service* yang cakap dan mahir menjadi *asset* dalam mempererat loyalitas

nasabah. *Customer service* yang berkualitas merupakan urgensi vital bagi bank BRI dalam pemberian kepuasan nasabah dan membangun hubungan jangka panjang (Dewi, 2020).

*Customer service* yang responsif dapat meningkatkan pemuasan nasabah dan meminimalisir ketidakpuasan. Tugas *customer service* dianggap vital karena sebagai pelayanan awal figur suatu perusahaan. *Customer service* diharapkan cakup paham akan kebutuhan nasabah dengan baik agar tahapan pelayanan selanjutnya berjalan dengan efisien. Keterampilan *customer service* sebagai pemahaman nasabah merupakan kunci dalam memberikan pelayanan yang memenuhi harapan nasabah dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan nasabah. Pelayanan yang baik atau dibawah standar dipicu oleh kemampuan perusahaan menyediakan layanan sebagai wujud keinginan nasabah dan berujung pada persepsi nasabah (Nurdin, 2018).

Di dalam manajemen perbankan, ada beberapa dasar pelayanan yang harus dipahami oleh *customer service* yaitu:

1. Berpenampilan dan berpakaian rapi dan bersih; agar dapat memikat dan memberikan kenyamanan pada nasabah
2. Percaya diri, senyum dan bersikap akrab; dalam pelayanan nasabah, *customer service* tidak boleh ragu-ragu ataupun acuh agar nasabah merasa aman dan tidak takut
3. Tenang, sopan, dan tekun dalam menanggapi keluhan nasabah; tidak terburu-buru dalam melakukan pelayanan merupakan salah satu nilai positif bagi kepuasan nasabah
4. Berbicara dengan Bahasa yang baik dan benar; dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang jelas dan mudah dipahami
5. Tidak memutus atau menyela pembicaraan dan menghindari kata berupa sindiran; dengan begitu nasabah akan memberikan dampak yang baik bagi *customer service* dan perusahaan
6. Mampu memberikan informasi dan solusi dalam setiap keluhan

Ciri-ciri pelayanan yang baik bagi *customer service* terhadap nasabah yaitu:

1. Tersedianya perlengkapan dan jumlah karyawan yang memadai; jika perlengkapan dan karyawan memadai dapat membantu mempercepat proses pelayanan sehingga akan lebih efektif dan efisien.
2. Bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan; bertanggung jawab berarti pelayanan yang diberikan sepatutnya sesuai kebutuhan nasabah. Pelayanan yang cepat dan akurat akan meningkatkan kepuasan nasabah
3. *Responsive*; ketangkasan dan kesesuaian *customer service* dalam membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan
4. Komunikatif; komunikasi yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga memungkinkan cakupannya nasabah untuk memahami informasi yang disampaikan

5. Kredibilitas; menunjukkan kepercayaan nasabah terhadap kesesuaian pemberian pelayanan pada bank
6. Terjaminnya keamanan bertransaksi; nasabah akan merasa aman jika prosedur yang digunakan aman ketat dan terjamin kerahasiaan informasi.

### **Definisi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah anggapan rasa bahagia atau sedih yang timbul setelah pelayanan produk yang diperkirakan terhadap pelayanan yang diharapkan. Kepuasan nasabah sebagai bahan pertimbangan pelayanan dimana produk yang diinginkan sekurang kurangnya sama atau lebih dari keinginan nasabah sedangkan ketidakpuasan muncul apabila efek pelayanan tidak memenuhi apa yang diinginkan. Kepuasan nasabah sebagai tolak ukur kualitas pelayanan yang disampaikan. Dampak yang timbul antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas dan kemauan nasabah sangat kuat sehingga membuat reputasi yang baik untuk perusahaan. Menurut (Ismanto, 2020) kepuasan nasabah menjadi evaluasi terhadap produk atau layanan dalam penilaian apakah produk atau layanan tersebut mencukupi kebutuhan dan persyaratan nasabah. Dengan begitu besar kemungkinan kepuasan nasabah akan menjadi variabel kuat yang mempengaruhi keputusan nasabah. Menurut (Bara & Prawitowati, 2020) kepuasan pelanggan ialah suatu jawaban kesesuaian maupun ketidaksesuaian keinginan awal yang dimiliki dengan hasil produk atau jasa setelah penggunaan.

Kepuasan nasabah adalah salah satu pendorong utama sebagai penghubung antara perusahaan dengan nasabah dalam kurun waktu yang panjang. Kepuasan nasabah berkaitan erat dengan loyalitas nasabah sebagai pemberi nilai bagi nasabah maupun perusahaan sendiri (Philip & Armstrong, 2008). Tingkat kepuasan nasabah biasanya berkaitan dengan standar kualitas pelayanan yang mereka rasakan. Tolak ukur kepuasan pelayanan yang disuguhkan belum tentu sama dengan apa yang diharapkan nasabah. Misalnya, apabila kita dihadapkan dengan nasabah yang berbeda maka taraf kepuasan yang dialami oleh masing-masing nasabah akan berbeda sehingga membuat pernyataan nasabah beragam. Nasabah A mengatakan puas, B mengatakan kurang puas, C mengatakan sangat puas. Nasabah cenderung memakai barang atau jasa secara berulang ulang dan konsisten ketika sudah loyal dengan perusahaan (Bara & Prawitowati, 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dilaksanakan menggunakan metode analisis data kualitatif merupakan pemahaman peristiwa yang dihadapi oleh subjek penelitian seperti tindakan, pandangan, motivasi, tindakan dengan deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa ilmiah. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah riset kepustakaan (*Library Research*) Penelitian ini dihadapkan langsung dengan data atau teks yang disajikan dengan sumber yang sudah ada di perpustakaan, laporan penelitian, karangan ilmiah, dan sumber tertulis baik cetak maupun elektronik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Peranan *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun**

Kunci untuk membangun kesuksesan bank yaitu dengan peningkatan pelayanan nasabah. Pada dasarnya *customer service* memiliki peran yang krusial. Tugas utama *customer service* sebagai pemberian pelayanan yang baik guna mendapatkan kepuasan nasabah. Dimana dalam proses melayani selalu berupaya menarik nasabah dengan cara meyakinkan dapat memberikan dan menawarkan beberapa produk dan informasi agar menjadi nasabah tetap di bank. Kesuksesan performa *customer service* dapat dinilai dengan tidak mendapatkan *complain* dari nasabah. Standar ini menggambarkan betapa penting pemberian pelayanan yang puas dan efektif sehingga nasabah tidak perlu menyampaikan keluhan. Dengan tidak adanya *complain* membuat citra perusahaan semakin baik dimata nasabah dan calon nasabah. Sehingga menunjukkan efisiensi operasional *customer service* dapat menanggapi keseluruhan pertanyaan, permintaan atau permasalahan dengan cepat dan efektif.

Peranan *customer service* dalam upaya menumbuhkan pelayanan selalu fokus pada pemberian informasi produk dan jasa yang ada pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun sehingga dapat mempertahankan nasabah lama agar loyalitas bank tetap terjaga dan dapat terjalinnya hubungan baik dengan bank. Paham terhadap apa yang menjadi kebutuhan dan berupaya mendapatkan nasabah baru dengan pendekatan baik dengan produk atau layanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun. Dalam upaya meningkatkan loyalitas *customer service* terhadap nasabah terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah. Kepuasan hanya menjadi salah satu pemicu terwujudnya loyalitas nasabah.

Dalam menjaga peran *customer service* sebagai pelayanan yang berkualitas, Adapun langkah-langkah yang ada pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun yakni;

1. Memikat hati nasabah

Dengan pemberian pelayanan terbaik kepada nasabah agar menjadi nasabah setia seperti mempromosikan produk yang ada. Hal tersebut mungkin saja pertama kali nasabah melakukan penilaian terhadap pelayanan. Jika kemudian nasabah tertarik dengan produk yang ditawarkan, maka nasabah akan Kembali untuk melakukan transaksi atau bertanya mengenai produk. Sehingga dapat dikatakan promosi yang dilakukan *customer service* berhasil dalam memikat nasabah.

2. Penyampaian sikap yang positif

3. Mengenal apa yang dibutuhkan nasabah

4. Memastikan nasabah berkeinginan untuk datang Kembali lagi ke Bank BRI Kantor Cabang Madiun

Selain itu kualitas yang diberikan oleh Bank BRI merupakan penilaian atas keunggulan dari produk layanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan identik dengan kualitas bank itu sendiri. Semakin baik dan puas tingkat pelayanan maka semakin bermutu bank tersebut begitu pun sebaliknya. Hal itulah yang menjadi pedoman bank BRI.

Adapun 5 kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun sebagai pemuas pelayanan nasabahnya;

1. *Reability* (keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan oleh nasabah secara akurat dan terpercaya seperti;

- a. *Customer service* memberikan pelayanan secara *service excellence*
- b. *Customer service* memberikan pelayanan sesuai keluhan dan kebutuhan nasabah

2. *Tangible* (Bukti Fisik/ Tampilan)

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensi pada pihak eksternal seperti sarana dan prasarana fisik. Adapun kualitas penampilan bukti fisik yang diberikan Bank BRI KC Madiun;

- a. Gedung tempat nasabah duduk atau menunggu transaksi nyaman dan sejuk
- b. Penampilan *customer service* rapi bersih sopan dan menarik
- c. Alat dan perlengkapan yang digunakan dalam proses layanan sudah lengkap

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan cepat dan tepat pada nasabah dengan penyampaian informasi se jelas mungkin seperti

- a. *Customer service* menginformasikan atau menawarkan produk atau layanan yang ada di Bank BRI KC Madiun
- b. *Customer service* tanggap dalam menjelaskan produk atau layanan yang tidak diketahui oleh nasabah

4. *Assurance* (jaminan)

Sikap yang dimiliki oleh karyawan dan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada perusahaan seperti

- a. Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan nasabah
- b. aman dan rahasia akan data yang diberikan nasabah kepada Bank BRI KC Madiun

5. *Empathy* (perhatian)

Sikap kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah. Adapun sikap yang diberikan Bank BRI KC Madiun;

- a. *Customer service* memberikan perhatian individual kepada nasabah
- b. *Customer service* merasa kendala yang dihadapi dilayani dengan baik

## KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan *customer service* dalam PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun berperan penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah. Secara khusus, *customer service* berfungsi sebagai penghubung antara industri atau perusahaan dan nasabah terutama dalam hal komunikasi. Untuk mencapai pemahaman dan hubungan yang positif komunikasi yang efektif sangatlah penting. Sikap ramah, sopan, dan solutif menjadi kunci dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. *Customer service* dapat membina hubungan jangka panjang, meningkatkan kepuasan nasabah dan berkontribusi pada pertumbuhan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bara, F., & Prawitowati, T. (2020). *pelanggan dan keterikatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan grab di Surabaya*. 10(1), 33–52. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.1760>
- Dewi, D. S. (2020). *PERAN CUSTOMER SERVICE*.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, 4.
- Fitri, E. Y. (2023). *THE ROLE OF CUSTOMER SERVICE IN CUSTOMER SERVICE AT THE BRI CASH OFFICE OF ARIFIN ACHMAD HOSPITAL PERANAN COSTUMER SERVICE TERHADAP PELAYANAN NASABAH DI BANK BRI KK RSUD ARIFIN ACHMAD Eka Yuliana Fitri*. 3(3), 353–356.
- Gian, E. I., Yulianthini, N. N., Novrina, P. D., Blandina, F., Ajie, I. P., Kertayoga, W., & Veranita, M. (2023). PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA PELANGGAN PADA SEMAYA ONE HOTEL. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan Volume*, 14(4), 1–7.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran* (W. Nurul Hidayati (ed.); Issue 1).
- Masadah, Asngadi, & Singgih, C. T. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah di kabupaten jombang yang dimediasi variabel kepuasan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 3(November).
- Nurdin, I. (2018). *PUBLIK*. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*. 1–63.
- Putri, N., & Tanjung, M. S. B. (2018). *PERANAN CUSTOMER SERVICE DALAM*

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 6 Nomor 11 (2024) 7589 - 7597 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i11.3843

*MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP PADANG. 1-7.*