



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

Ahmad Nadif NurFaizi¹, Haifah², Hayatul Maspufah³

¹Mahasiswa ITS Mandala, nadifahmad029@gmail.com

²Dosen ITS Mandala, haifah@itsm.ac.id

³Dosen ITS Mandala, ulfa@itsm.ac.id

E-mail Penulis Korespondensi: nadifahmad029@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Dikirim: 20 Oktober 2023

Direvisi: 15 November 2023

Diterima: 10 Desember 2023

Keywords:

*Customer Service, Loyalty,
Savings Customers*

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.

PENDAHULUAN

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. Loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. 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. 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.

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* 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.

KAJIAN PUSTAKA

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 puasanya pelanggan dan organisasi akan diuntungkan.

Manajemen Sumber Daya Manusia

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.

Customer service

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. *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.

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.

Nasabah

Nasabah merupakan pihak yang memiliki dana yang mendapat pelayanan jasa dari bank untuk mengirimkan dan/atau memindahkan dananya kepada pihak lain. 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. 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.

METODE PENELITIAN

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.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:300), dalam penelitian kualitatif teknik sampling yang lebih sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *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 *assisten 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.

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.

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.

Pendekatan Dalam Analisis Data

Penelitian ini memakai pendekatan studi kasus dengan analisis tematik. Pada analisis ini 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. Bisa dideskripsikan seperti di bawah ini.

1. Reduksi Data

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

2. Penyajian Data

Data dilakukan pemilahan maupun disihkan supaya dilakukan penyortiran berdasarkan kelompoknya serta disusun berdasarkan kategori sejenis untuk disajikan supaya selaras terhadap masalah yang dikaji, termasuk kesimpulan sementara yang didapatkan ketika data dilakukan reduksi.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Selama pengumpulan data peneliti selalu melakukan kegiatan reduksi data, penyajian data maupun pengambilan kesimpulan ataupun verifikasi. Disamping itu, juga melakukan pengkodean data, mengarah pada gagasan baru guna dimasukkan kedalam penyajian data. Pencatatan data mensyaratkan reduksi data berikutnya, begitu penyajian data terisi, kesimpulan dan verifikasi awal bisa ditarik, sampai didapat kesimpulan yang benar.

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.

HASIL PENELITIAN

Orientasi Kancan Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

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 Tabungan 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 realisasi 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.

2. Visi dan Misi PT. BTN

1. Visi

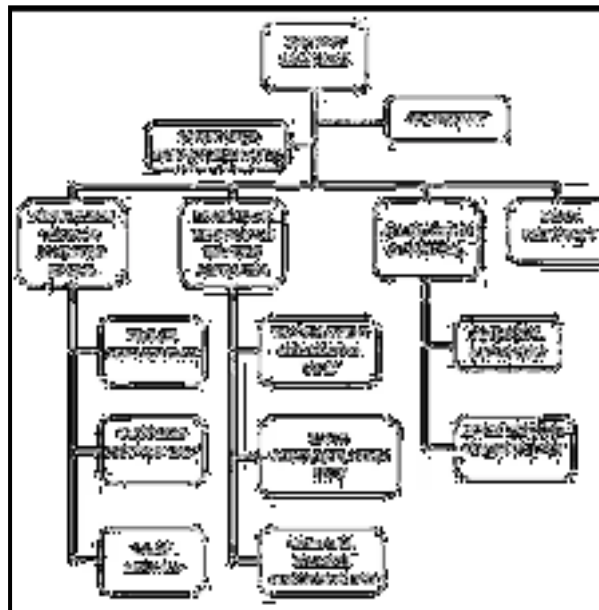
“Menjadi bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan” (*a leasing bank in housing finance*)

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. 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

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 nasabaah sangat mengapresiasi dalam pelaksanaan wawancara tersebut. Dalam pelaksanaan penelitian ini tidak terjadi hambatan yang menjadikan penelitian ini kurang maksimal.

Temuan Penelitian

Dari hasil wawancara dengan informan, menunjukkan bahwa pelayanan yang di lakukan 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 :

“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.”

(Hasil Wawancara dengan NSB I)

Pendapat tersebut senada dengan salah satu informan, dengan informasi sebagai berikut:

“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.”

(Hasil Wawancara dengan NSB I)

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 :

“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.”

(Hasil Wawancara dengan NSB II)

Informasi tersebut diperkuat oleh jawaban dari informan berikut :

“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.”

(Hasil Wawancara dengan NSB II)

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

PEMBAHASAN

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

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 :

“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.”

(Hasil wawancara dengan CS I)

Informasi tersebut sesuai dengan jawaban berikut :

“Selama saya menjadi nasabah disini, saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CS, jadi saya merasa nyaman menabung disini.”

(Hasil wawancara dengan NSB II)

Informasi tersebut diperkuat oleh salah satu informan dengan informasi sebagai berikut :

“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.”

(Hasil wawancara dengan ABM)

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 :

“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.”

(Hasil wawancara dengan NSB III)

Hal tersebut senada dengan informasi sebagai berikut :

“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.”

(Hasil wawancara dengan NSB I)

Informasi tersebut diperkuat pernyataan dari salah satu informan yakni seperti berikut:

“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.”

(Hasil wawancara dengan CS I)

Informasi tersebut senada dengan pernyataan seperti berikut:

“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 sabar dan mengulangi penjelasan dengan pelan-pelan menggunakan bahasa yang sekiranya dapat membuat nasabah tersebut mengerti.”

(Hasil wawancara dengan 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 :

“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 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.”

(Hasil wawancara dengan CS I)

Pendapat tersebut diperkuat oleh salah satu informan dengan informasi sebagai berikut :

“Menurut saya penyampaian informasi yang diberikan customer service mudah diterima dan sudah menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan saya.”

(Hasil wawancara dengan NSB I)

Informasi tersebut sesuai dengan pendapat dari salah satu informan sebagai berikut :

“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.”

(Hasil wawancara dengan NSB III)

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.

Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar

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 :

“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”

(Hasil wawancara dengan NSB III)

Pernyataan tersebut senada dengan informasi berikut :

“Saya sudah termasuk loyal di Bank BTN ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini sudah bertahun-tahun”

(Hasil wawancara dengan 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 :

“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.”

(Hasil wawancara dengan CS I)

Dari pernyataan tersebut adapun informasi berikut :

“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”

(Hasil wawancara dengan 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 :

“Saya sudah termasuk loyal di Bank BTN ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini sudah bertahun-tahun.”

(Hasil wawancara dengan NSB II)

Pernyataan tersebut senada dengan informasi sebagai berikut :

“Menurut saya, saya sudah loyal menjadi nasabah. Karena saya rutin menabung di Bank BTN dan saya juga sudah 2 tahun menjadi nasabah Bank BTN.”

(Hasil wawancara dengan 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.

Analisis Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung di PT. BTN KC Denpasar

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.

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.

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.

SIMPULAN

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*.

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*.