

PERAN KOMUNIKASI DALAM *EXTERNAL RELATIONS*: PELAYANAN PRIMA *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP NASABAH BANK

Oleh :

¹Asep Candra Hidayat, ²Toto Parwono, ³Euis Winarti

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat , Politeknik LP3I Jakarta
Jl. Kramat Raya No.7-9, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

³Program Studi Administrasi Bisnis , Politeknik LP3I Jakarta
Jl. Kramat Raya No.7-9, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

e-mail: asepcandrahidayat.ac@gmail.com¹, totoparwono@gmail.com², euis@plj.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi dalam pelayanan prima pada pelanggan pada sebuah bank. Lebih jelasnya yakni mengetahui kendala layanan komunikasi yang terjadi pada seluruh pegawai, baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Adapun teknik pengumpulan data dan informasi pada penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara, sedangkan analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penyimpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima *customer service* sudah dilakukan dengan baik yakni dengan keberhasilan untuk menjaga citra bank. *Customer service* menunjukkan pelayanan yang cepat tanggap dan didukung oleh fasilitas mumpuni seperti ruang tunggu, brosur, dan majalah yang tersedia lengkap. Secara spesifik, peran *customer service* yaitu berusaha menjadi jembatan antara bank dengan nasabah terkait layanan atau kendala yang dihadapi dalam menggunakan jasa. Dalam menjalankan perannya, seorang *customer service* diarahkan untuk selalu fokus pada kepentingan nasabah serta menjunjung tinggi integritas, kerja sama, dan mencapai yang terbaik.

Kata Kunci : Pelayanan prima, Customer Service, External Relations

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of communication in excellent service to customers at a bank. More details, namely knowing the communication service constraints that occur in all employees, both internally and externally. The data and information collection techniques in this study used observation and interviews, while the analysis was carried out through data reduction, data presentation, and data verification or conclusion. The results of the study show that excellent customer service has been carried out well, namely by successfully maintaining the bank's image. Customer service shows responsive service and is supported by qualified facilities such as a fully equipped waiting room, brochures and magazines. Specifically, the role of customer service is trying to become a bridge between the bank and customers regarding services or obstacles encountered in using services. In carrying out its role, a customer service is directed to always focus on the interests of customers and uphold integrity, cooperation, and achieve the best.

Keyword : Excellent service, Customer Service, External Relations

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan yang terjadi dalam bisnis perbankan dalam peta kekuatan perbankan makin kompetitif, bank pemerintah semakin disaingi oleh kekuatan bank swasta, serta teknologi perbankan yang semakin pesat, sehingga sangat diperlukan adanya kreativitas yang menghasilkan inovasi pelayanan yang memberikan *value* (nilai) yang tinggi bagi nasabah, sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk menghadapi persaingan pihak bank melakukan berbagai upaya, antara lain dengan berusaha meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan bank yang mengarah kepada efisiensi dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan kepada nasabah. Langkah ini didukung oleh kebijakan pemerintah seperti tertuang dalam Reformasi Perbankan yang diumumkan tanggal 27 Januari 1998 dimana pemerintah memberikan jaminan keamanan atas dana masyarakat yang disimpan baik di bank pemerintah maupun bank swasta nasional.

Oleh karena itu bank diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai bank swasta nasional yang memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan optimal nasabah yang menggunakan jasa bank, karyawan sebagai pemberi pelayanan, maupun pemilik dan manajemen bank, dituntut untuk meningkatkan pelayanan yang bermutu. Untuk itu diperlukan penyesuaian yang menyangkut sumber daya manusia yang berkualitas serta fasilitas penunjang yang modern dan mengikuti perkembangan teknologi perbankan yang demikian cepat agar dapat bersaing, maka diperlukan investasi yang besar untuk meningkatkan kemampuan dalam pelayanan kepada nasabah.

Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha, jadi pelayanan mempunyai andil dan peran terhadap kinerja usaha. Karena salah satu faktor yang masih dapat membedakan bank yang satu dengan yang lain adalah dalam hal *service* atau mutu pelayanannya. Dengan tingkat pelayanan yang tinggi seorang nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada bank tersebut. Sebaliknya, bank yang buruk pelayanannya, cepat atau lambat akan segera ditinggalkan nasabahnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan (Kasmir 2017:47)

Jenis Pelayanan

Terdapat 2 jenis pelayanan dibagi ke dalam 2 (dua) kelompok:

1. Pelayanan ke Dalam

Pelayanan ke dalam artinya pelayanan antar karyawan dengan karyawan dalam mendukung pelayanan terhadap pelanggan. Atau pelayanan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya.

2. Pelayanan ke Luar

Pelayanan ke luar artinya pelayanan antar karyawan dengan pelanggan dalam memenuhi semua keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Kendala Pelayanan

Kasmir (2017:89-91) menjelaskan banyak hal yang menyebabkan pelanggan atau nasabah kabur meninggalkan perusahaan baik untuk selamanya atau hanya untuk sementara waktu saja. Dalam praktiknya terdapat beberapa sebab pelanggan atau nasabah meninggalkan perusahaan yaitu:

1. Pelayanan yang tidak memuaskan
Pelayanan yang tidak memuaskan artinya apa yang di inginkan dan diharapkan pelanggan tidak sesuai dengan yang di terima.
2. Produk yang tidak baik dan tidak lengkap
Kelengkapan yang ditawarkan 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 menepatin janjinya. oleh karena itu karyawan seharusnya tidak ingkar janji dan apabila melakukan janji dengan nasabah diperkirakan waktu selesainya betul-betul tepat.
4. Biaya 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 dibandingkan dengan pesaing.

Pengertian Pelayanan Prima

Menurut Kasmir (2017:5) adalah Pada dasarnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana memuaskan pelanggan. Definisi lain menyebutkan bahwa “pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik berupa produk ataupun jasa Daryanto.(2014:1)

Konsep Pelayanan Prima

Menurut Barata dalam Mhd Rusydi (2017:75) keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

Konsep layanan prima tersebut terdiri dari hal-hal berikut ini (Pendit dalam Mhd Rusydi (2017:77): adalah pribadi prima tampil ramah, pribadi prima tampil sopan, pribadi prima tampil yakin, pribadi prima tampil rapi, pribadi prima tampil ceria, pribadi prima senang memaafkan, pribadi prima senang bergaul, pribadi prima tampil belajar dari orang lain, pribadi prima senang dalam kewajaran serta pribadi prima senang menyenangkan orang lain

External Relations

Menurut Mhd Rusydi (2017:51) eksternal relations artinya pelayanan yang diberikan kepada pihak luar perusahaan misalnya dengan nasabah atau pelanggan. Pelayanan seperti ini dilakukan dalam rangka melayani proses transaksi sampai pelanggan membeli atau mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012). Menurut Mukhtar (2013:10) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada saat tertentu. Penulis pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mengetahui dan mendapatkan kedalaman informasi berkaitan dengan topik (Sugiyono, 2012)

Teknik Pengumpulan Data pada penelitian ini yaitu Observasi dan wawancara. Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi partisipan. Wawancara dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara semi terstruktur pihak pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan pemandu wawancara sebelum aktivitas wawancara dilakukan, peneliti perlu menelusuri lebih jauh suatu topik berdasarkan jawaban yang diberikan partisipan. Data yang dikumpulkan dari wawancara kepada informan

Menurut Creswell (2016) model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep berupa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dan analisis data pada penelitian ini yaitu:

1. Reduksi data.

Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat bisa dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut

3. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan Yang Dijalankan

1. Pelayanan yang Baik

- a. Pelayanan yang Cepat Tanggap

Semua Karyawan wajib mengetahui apa yang diinginkan oleh nasabah/pelanggan, dimulai dari *security* dan *duty officer* yang mengarahkan dan membantu nasabah sebelum nasabah tersebut dilayani di *counter*, selanjutnya *security* dan *duty officer* memberitahu keluhan/kebutuhan pelanggan tersebut ke *customer service*, sehingga *customer service* dapat menyiapkan dokumen-dokumen apa yang di butuhkan sebelum nasabah tersebut dilayani di *counter*

- b. Keberadaan Ruang Tunggu yang Baik
Kebersihan dan kenyamanan wajib di perhatikan, yang ingin didapatkan oleh pelanggan adalah kenyamanan, tempat tunggu yang bersih dan wangi, apabila semua pegawai melihat sampah yang berserak di depannya wajib untuk mengambil dan membuangnya ke tempat sampah yang sudah di sediakan, dan apabila pegawai melihat ruangan, dan toilet yang kotor wajib memerintahkan kepada *office boy* untuk segera membersihkannya. ketersediaan toilet yang bersih, dan disediakannya air mineral guna memberikan kesan positif kepada pelanggan bahwa kita peduli kepada pelanggan tersebut, karena kita tidak pernah tau pelanggan tersebut datang dari jarak yang jauh ataupun dekat, maka dari itu pegawai pada objek penelitian harus mengetahui kondisi pelanggan dan tidak usah sungkan untuk memberikan air mineral kepada pelanggan tersebut.
- c. Brosur dan Majalah yang Tersedia Lengkap
Artinya terkadang untuk memperoleh informasi pelanggan sering membaca dari brosur yang di siapkan di tempat-tempat tertentu. Penting bagi pelanggan untuk mengetahui sesuatu dengan membaca dari brosur yang lengkap. Sedangkan ketersediaan majalah atau bacaan lainnya digunakan pelanggan untuk mengusir kebosanan saat menunggu giliran berikutnya. Adapun televisi disediakan guna memberikan hiburan dan juga informasi.
- d. Keragaman dan Kelengkapan Produk
Kelengkapan produk dapat membuat pelanggan atau nasabah betah berhubungan dengan perusahaan karena mereka memiliki banyak pilihan dalam bertransaksi. Adapun inovasi baru dari yaitu *Customer Service Digital*, dimana mesin tersebut dapat membantu peran *customer service officer* dan membuat nasabah merasa puas karena tidak perlu meluangkan waktu untuk menunggu antrian selanjutnya, mesin CS digital ini dapat mengubah kartu atm lama menjadi kartu atm yang baru, registasi fasilitas seperti *M-*, *Klik*, *Sms*, serta *Key*, semua transaksi tersebut wajib di dampingi oleh pegawai guna mengarahkan pelanggan agar tidak bingung saat proses transaksi berlangsung

2 Peran *Customer Service* yang sudah Baik

Peran *customer service* dan *teller* selalu berusaha menarik nasabah baru melalui komunikasi yang intensif. Di samping itu juga menjaga kesetiaan atau loyalitas nasabah lama agar tetap setia dan tidak berpindah ke bank kompetitor. Untuk menjalankan kegiatan yang diberikan perusahaan berdasarkan kebijakannya, *customer service* berperan sebagai berikut :

- a. Berusaha Mempertahankan Nasabah
Memberikan pelayanan yang baik agar nasabah lama tetap setia menjadi nasabah perusahaan dan tidak lari ke perusahaan lain. Nasabah lama juga dipengaruhi untuk menambah jumlah transaksinya.
- b. Berusaha Mendapat Nasabah Baru
Customer service harus memulai dengan berbagai pendekatan, dengan cara mengajak, merayu, dan memperkenalkan keunggulan produk kepada para nasabah yang baru datang pertama kali agar menjadi nasabah setia perusahaan seterusnya. Caranya dengan meyakinkan nasabah tentang kualitas produk, dipadu dengan pelayanan yang terbaik, sehingga calon nasabah merasa yakin dan memutuskan untuk menjadi pengguna jasa bank.

3. Fungsi *Customer Service* yang sudah baik

Fungsi dan tugas *customer service* sudah dijalankan dengan sebaik-baiknya, yaitu ditunjukkan dengan:

- a. Berperan baik Sebagai Resepsionis
Mereka melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan secara lengkap ramah tamah, sopan dan menyenangkan.
- b. Berperan sebagai *Deskman* yang Baik
Mereka melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah dengan baik dan memberikan informasi secara lengkap yang dibutuhkan *customer*, melayani aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya dengan baik
- c. Berperan sebagai *Salesman* yang Baik
Mereka berperan baik dalam menjual produk-produk, sekaligus pelaksanaan *cross selling*.
- d. Berperan sebagai *Customer Relation Officer* yang Baik
Mereka berhasil membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari lembaga keuangan yang bersangkutan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, contohnya komunikasi melalui telepon atau berbicara secara langsung.
- e. Berperan sebagai Komunikator yang Baik
Mereka berhasil memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan nasabah.

4. Tugas *Customer Service* yang Sudah Baik

Tugas-tugas yang diberikan sudah diatur dengan pedoman yang sudah diberikan di masing-masing divisi oleh PT. bank Central Asia. Setiap tugas yang dijalankan oleh *customer service* di jalankan secara sungguh-sungguh, karena tugas melayani nasabah bukanlah tugas ringan. Kelalaian akan tugas yang dijalankan akan berakibat fatal bagi perusahaan, bahkan perusahaan akan kehilangan nasabah dengan susah payah untuk di pertahankan. Karna mempertahankan nasabah lama lebih sulit dari memperoleh nasabah baru.

Tugas yang dijalankan oleh *customer service* ada dua, yaitu mempertahankan nasabah lama dan berusaha menarik nasabah baru. Dalam praktiknya tugas untuk mencari nasabah baru saat ini sudah dibebankan kepada bagian khusus divisi pemasaran. *Customer service* berhasil meyakinkan setiap nasabah yang datang menghadapinya untuk menjadi nasabah baru.

Adapun tugas-tugas yang sudah dijalankan dengan baik oleh *customer service* yaitu :

1. Fokus pada Nasabah
Perhatian/kepedulian yang diikuti dengan usaha memberikan layanan untuk memenuhi harapan dan/atau kebutuhan nasabah secara spesifik
2. Memiliki Integritas yang Baik
Sikap yang teguh dalam menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan, yang diikuti dengan tindakan konsisten dan konsekuen pada peran/tugas dalam berbagai situasi dan kondisi untuk membangun kepercayaan nasabah
3. Memiliki Kerjasama Tim yang Baik
Interaksi dan sinergi yang didasari atas pemahaman diri sendiri dan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi
4. Berusaha Mencapai yang Terbaik
Adalah usaha berkelanjutan untuk mencapai yang terbaik guna memberikan nilai tambahan bagi nasabah

Kendala yang Dihadapi dalam Pelayanan

1. Tidak tersedianya Counter Prioritas

Layanan prioritas adalah layanan yang diberikan kepada nasabah dengan saldo rata-rata Rp 500 juta ke atas, kebijakan ini dibuat oleh guna memberikan pelayanan terbaik di kantor di manapun, layanan ini membedakan nasabah prioritas dengan nasabah konvensional/tahapan biasa, sehingga nasabah prioritas tidak perlu berlama-lama menunggu antrian. Sayangnya layanan ini tidak diberlakukan pada objek penelitian, sehingga banyak nasabah prioritas yang kecewa, serta bisa berdampak negatif pada citra perusahaan

2. Anak-Anak

Banyak nasabah pada objek penelitian yang ingin hendak bertransaksi membawa anaknya ke kantor, dengan kisaran umur 4-7 tahun. Kendala yang biasa dihadapi karena nasabah membawa anaknya adalah kebisingan, terkadang candaannya, tingkah lakunya yang hampir membuat kegaduhan akan fasilitas di kantor, serta paling sering adalah tangisannya, sehingga banyak nasabah lain yang merasa risih dan terancam kenyamanannya karena tingkah laku anak-anak tersebut. Banyak pula nasabah yang memilih untuk pulang/keluar dari kantor tidak peduli lagi akan nomor antrian layanan yang mereka punya karena kebisingan dan kegaduhannya

3. Produk tidak Tersedia Lengkap

Banyak nasabah yang hendak ingin membeli atau mengganti produk tetapi harus kecewa karena tidak tersedia pada objek penelitian

4. Nasabah yang Emosional

Terkadang masih ada saja nasabah yang emosional karena keinginannya tidak tercapai atau terpenuhi dan melampiaskan keluhannya ke *customer service* dengan intonasi nada bicara yang besar dan emosi, tentunya hal ini menjadi pusat perhatian semua nasabah dan pegawai. Dikhawatirkan mengganggu kenyamanan nasabah lain

Solusi Kendala yang ada pada objek penelitian

1. Memprioritaskan Nasabah Prioritas

Apabila sedang tidak terlalu banyak nomor antrian layanan, maka nasabah prioritas langsung ditangani oleh kepala bagian *customer service officer* tidak perlu lagi menunggu nomor antrian. Tetapi jika suasana sedang ramai maka peran *customer service* adalah meminta maaf terlebih dahulu kepada pelanggan prioritas karena sedang banyak nasabah, lalu memberitahukan alasan kenapa ditiadakannya *counter* prioritas adalah karena jaraknya sangat dekat dengan kantor cabang utama. Untuk memperkuat alasan tersebut, pegawai juga bisa menginformasikan bahwa kantor tidak punya ruang lingkup yang besar untuk membuat *counter* prioritas.

2. Solusi Kendala Anak-Anak

Solusi yang paling tepat untuk mengatasi masalah yang ada adalah disediakan tempat untuk bersinggah anak-anak, dengan alas *puzzle* warna warni, ditambah dengan meja anak-anak, serta hiasan-hiasan yang menarik. Semua itu ditata sedemikian rupa agar memancing perhatian si anak. objek penelitian menyediakan mainan berbentuk angka-angka, dan *puzzle* berbagai bentuk yang bertujuan untuk memberikan daya fokus ke anak-anak sehingga dapat membuat perhatian si anak menjadi tenang, dan membuat suasana pada objek penelitian menjadi nyaman, orang tuapun tidak usah khawatir saat bertransaksi pada objek penelitian tentang status anaknya, karena mereka langsung diawasi oleh *security*, dan *office boy*, serta kamera CCTV untuk meminimalisasi hal-hal yang tidak diinginkan. *Customer service* juga menyediakan permen lolipop untuk si anak tetapi dengan syarat

persetujuan dari orang tuanya. Cara ini sudah di uji kebenarannya dan terbukti positif, mendapatkan apresiasi dari bank dan yang paling penting adalah kepercayaan dari nasabah yang membawa anaknya.

3. Solusi untuk Produk yang Tidak Lengkap

Setiap nasabah yang ingin mengurus produk tersebut di sarankan langsung datang ke KCU terdekat. Adapun untuk mengobati ketidakpuasan pelanggan pada objek penelitian adalah dengan cara meminta maaf terlebih dahulu dan memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah tersebut. *Customer service* juga diwajibkan menelepon *customer care* untuk mempersilakan nasabahnya berkonsultasi secara langsung ke pihak pusat.

4. Solusi Menangani Nasabah yang Emosional

Peran *customer service* sangat dibutuhkan di sini untuk menangani masalah tersebut, dan meredakan emosi dari nasabah yang bersangkutan. Adapun cara untuk mengatasi permasalahan tersebut agar tetap dapat memberikan layanan terbaik:

- a. Buat nasabah tersebut merasa didengar keluhannya oleh pegawai, jika nasabah mengatakan ada sesuatu yang salah dengan produk yang mereka gunakan, pegawai coba dengan menganalisis masalah tersebut di dampingi oleh Kepala Bagian (Kabag) yang sudah berpengalaman. Lalu dijelaskan sedetail mungkin sampai nasabah tersebut paham akan informasi yang kita sampaikan
- b. Membuat waktu nasabah bermanfaat. Kecepatan dalam menangani keluhan nasabah akan berdampak positif dalam mempengaruhi nasabah, kecepatan merespon adalah hal yang harus dilakukan
- c. *Win win solution*. Bantu nasabah agar mereka merasa dimengerti dengan permasalahan yang mereka hadapi. Mencoba memberikan pelayanan sebaik mungkin agar mereka tidak jadi menutup kerjasama dengan perusahaan. Jika nasabah kurang puas akan informasi *customer service* langsung bergegas menelepon *customer care* dan mempersilakan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan tentang produk tersebut
- d. Berikan sedikit bonus. Setelah perusahaan melakukan upaya perbaikan, langkah selanjutnya adalah melakukan sesuatu yang lebih dari yang mereka perkirakan untuk memperbaiki hubungan antara nasabah dengan perusahaan. Misalnya memberikan nasabah *merchandise* berupa payung, kalender, jam, dan lain-lain. Hal kecil yang tidak menguras kocek dalam tapi memberikan kesan positif kepada pelanggan tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pelayanan prima *Customer Service Officer* terhadap nasabah pada objek penelitian sudah baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan kinerja sebagai berikut:
 - a. Pelayanan prima *customer service* di bank adalah menjaga citra, cepat tanggap, dan mempersiapkan fasilitas (ruang tunggu, brosur dan majalah)
 - b. Peran *customer service* di bank yaitu berusaha mempertahankan nasabah lama dan berusaha mendapat nasabah baru
 - c. Fungsi *customer service* di bank adalah sebagai resepsionis, *deskman*, *salesman*, *customer relation officer*, dan komunikator
 - d. Tugas *customer service* di bank adalah fokus pada nasabah dan menjunjung tinggi integritas, kerjasama, sekaligus berusaha mencapai yang terbaik

2. Kendala yang Dihadapi dalam Pelayanan Prima
Kendala kegiatan yang dialami adalah tidak tersedianya *counter* prioritas, anak-anak, produk tidak tersedia lengkap, dan nasabah yang emosional
3. Solusi Kendala yang ada pada objek penelitian
Solusi yang diberikan adalah mengutamakan nasabah prioritas, memberikan mainan kreativitas, dan mengarahkan nasabah untuk datang ke kantor cabang utama.

Saran

1. Bertanggung jawab. Di saat pelayanan kantor sedang ramai dan seorang *customer service* sedang melayani nasabah saat jam istirahat tiba, selalu fokus perhatian serta pikirannya untuk menangani masalah nasabah tersebut sampai untas. Di samping itu, mempercepat jam istirahat seorang *customer service* apabila pelayanan sedang penuh demi memberikan kenyamanan pada para nasabah.
2. Mempertahankan kinerja. Saat ini pelayanan yang berjalan sudah baik berdasarkan penilaian dari bank, untuk terus menjaga citra baik tersebut setiap hari pemimpin harus memberikan informasi dan mengayomi semua pegawainya, memperbaiki kinerja semua pegawai dikantor, maupun mental dari pegawainya itu sendiri, dan selalu memberikan solusi apabila pegawainya menghadapi masalah
3. Komunikasi Eksternal. Perusahaan memberikan pelatihan kepada *customer service* dalam berbahasa asing, karena seorang *customer service* tidak hanya berkomunikasi dengan bahasa indonesia, *customer service* juga harus bisa berbahasa Inggris.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. 2016. *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Daryanto, I. S. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. PT. GAVA MEDIA. Yogyakarta.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press Group. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA. Bandung
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. PUSTAKA SETIA. Bandung.
- Rusydi Mhd. 2017. *Customer Excellence*. CV. Gosyen Publishing. Jakarta
- Tjiptono F., dan Gregorius, C. 2016. *Service, Quality dan Statisfaction*. CV. ANDI OFFSET Yogyakarta.