

PERANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PERBANKAN DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK UNIT TEHORU CABANG MASOHI MALUKU TENGAH

^{1*)} Ama Selvianti Susilo, ^{2*)} Dwi Ari Pertiwi

^{1*)} Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

^{2*)} Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

Email: ama.selvianti.suailo@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Customer Service dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi Maluku Tengah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pengumpulan data melalui dengan cara wawancara, observasi, pengamatan secara langsung dan data primer. Berdasarkan hasil penelitian dapat di ketahui bahwa upaya peranan Customer Service dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah.

Kata Kunci: Peranan Customer Service, Kepuasan Nasabah, Pelayanan Perbankan

PENDAHULUAN

Seorang Customer Service memegang peranan sangat penting dan memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau public relation. Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara membujuk 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 dikembangkan oleh para Customer Service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan, selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, jika kinerja dibawah harapan nasabah, maka nasabah tidak akan merasa puas, apabila kinerja sesuai harapan maka nasabah akan merasa puas, dan apabila kinerja melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas, senang dan bahagia menggunakan jasa pada bank.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan PKL dilaksanakan sejak tanggal 23 Desember 2021 sampai dengan 28 Januari 2022 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi yang berlokasi di Jl. Nunumahu, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku tengah. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara langsung, metode yang digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif. Penulis juga menggunakan data primer berupa wawancara dan observasi secara langsung kepada perangkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank BRI adalah salah satu bank milik Negara yang memiliki aset terbesar di Indonesia BRI didirikan pertama kali di Purwokerto, Jawa Tengah dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto” oleh Raden Bei Aria Wirjaamadja, suatu badan lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkependudukan Indonesia (pribumi). Badan lembaga tersebut berdiri pada tanggal 16 Desember 1895, yang dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Bank Rakyat Indonesia melalui jajaran Dewan Komisaris, Direksi, dan seluruh pegawai memiliki komitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance* berlandaskan pada nilai-nilai yang tertuang pada Budaya Kerja BRI, diantaranya:

Yang pertama adalah *integrity*, yaitu cara berfikir, berkata dan berperilaku terpuji untuk menjaga nama baik, dan patuh pada kode etik

yang berlaku di perusahaan. Perilaku nilai *integrity* yang dimaksud adalah pegawai memiliki sifat terbuka, jujur, tulus, dan patuh terhadap peraturan yang diberlakukan. Kedua adalah *professionalism* yaitu bertanggung jawab, efektif, efisien, disiplin, dan berorientasi ke masa depan dalam mengantisipasi perkembangan, tantangan, dan kesempatan. *Professionalism* adalah *continuous learner* dan *fairness*. Nilai selanjutnya adalah *trust*, konsisten, bertindak adil, bersikap tegas, dan berjiwa besar serta tidak memberikan toleransi kepada tindakan yang tidak memberikan keteladanan. *Trust* adalah saling menghargai, dan mengutamakan kepentingan perseroan. Keempat yaitu *innovation*, memberikan pelayanan yang terbaik untuk menemukan solusi, dan gagasan baru serta menghasilkan produk atau kebijakan dalam menjawab tantangan permasalahan nasabah. *Innovation* adalah visioner dan pionir perubahan. Kelima *Customer service* , menjadikan nasabah sebagai mitra utama yang saling menguntungkan untuk tumbuh secara berkesinambungan. *Customer service* adalah melayani lebih dari ekspektasi nasabah dengan setulus hati dan *collaborative*.

Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi yang dipimpin oleh Kepala Unit (KAUNIT). Kepala Unit adalah jabatan tertinggi di BRI Unit. Jabatan ini bertanggung jawab atas kebenaran dana legitimasi setiap transaksi yang dilakukan oleh *Teller* dan *Customer Service*. Kepala Unit wajib melakukan verifikasi setiap transaksi yang masuk dan memastikan bahwa setiap dana nasabah diproses dengan baik. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, Verifikasi adalah pemeriksaan tentang kebenaran laporan, pernyataan, perhitungan uang

dan lain sebagainya. Selain itu, Kepala Unit bertanggung jawab untuk menentukan kredit yang diajukan oleh Mantri, jika data nasabah pinjaman sesuai dengan kriteria, Kepala Unit akan mengesahkan pinjaman nasabah sehingga pinjaman dapat direalisasikan. Setelah waktu kerja selesai, Kepala Unit harus melakukan rekapitulasi dari semua transaksi yang terjadi di Unit tersebut (Dikutip dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 2020).

Kepala Unit (KAUNIT) yang dibantu oleh pegawai BRI Unit. Pegawai BRI Unit terdiri atas:

- 1) *Mantri*, yang bertugas menganalisis permintaan pinjaman nasabah dengan terjun langsung ke lapangan dalam rangka menilai kelayakan usaha dari nasabah tersebut. Setelah selesai menganalisis kemampuan nasabah, Mantri akan mengusulkan besarnya plafon pinjaman dan jangka waktu pembayaran yang nantinya akan disetujui untuk dilakukan realisasi oleh Kepala Unit. Tugas Mantri lainnya yakni pengajuan nasabah, mengenai nasabah tunggakan atau daftar hitam, ataupun melakukan pembinaan terhadap nasabah yang berpredikat baik.
- 2) *Customer Service*, Pekerjaan *Customer Service* yakni memberikan pelayanan administrasi kepada nasabah atau calon nasabah. Menurut Soewarno Handyaningrat, administrasi berasal dari kata *Administratie* (bahasa Belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatatusahaan. *Customer Service* juga bertanggung jawab atas

laporan yang berkaitan dengan keluhan nasabah, kolektibilitas berkas, dan segala macam administrasi perbankan (Handyaningrat, Soewarno, 1988).

- 3) *Teller*, bertugas melayani nasabah secara langsung, tugas-tugas *Teller* yakni seperti penyetoran dan pengambilan uang dari rekening, pembukaan dan penutupan rekening, dan pembayaran hutang. *Teller* bertanggung jawab atas keaslian uang nasabah dengan cara memvalidasi uang dengan alat detector uang palsu.

- 4) *Pa Kur*

Tugas dan tanggungjawab:

- a. Menyiapkan dokumen - dokumen dan nota - nota/dokumen pembukuan kredit untuk mendukung proses penyelesaian operasional administrasi KUR Mikro di BRI Unit.
- b. Mengelola berkas pinjaman KUR Mikro untuk memastikan kelengkapan, keabsahan, keamanan, dan tertib administrasinya.
- c. Mengagenda dan mendokumentasikan surat/dokumen keluar masuk.

- 5) *Petugas Bansos*

Menyalurkan bantuan sosial serta memaintenance agen Brillink penyalur bansos (E-warung).

- 6) *Satpam*

Satpam bertanggung jawab terhadap keamanan BRI Unit, baik pada waktu kerja ataupun malam hari.

- 7) *Penjaga Malam*

Tugas dan Tanggungjawab :

- a. Melakukan pengontrolan lingkungan sekitar kantor untuk memastikan kondisi keamanan kantor.

- b. Menyalakan & mematikan lampu 2 kantor setelah jaga malam.
- c. Mengecek kunci - kunci pintu kantor.
- d. Membuat laporan tentang kejadian - kejadian penting selama masa penjagaan pada buku laporan.
- e. Mengisi buku serah terima jaga tentang kondisi / keadaan kantor saat berjaga, baik dengan penjaga keamanan sebelum / sesudahnya maupun dengan pramu kantor.

8) *Pramubakti*

1. Kebersihan Kantor
2. Kebutuhan Kantor
3. Pelayanan Minum & Makanan kecil
4. Administrasi

A. Peranan Customer Service di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi

Peran *Customer Service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi yaitu dimana *Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai jembatan mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.

Sesuai dengan fungsi dan tugas utamanya, Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* kepada nasabah harus sesuai dengan SOP (Standart Operasional Prosedur) dan juga harus sesuai dengan *service excellence*.

Sebagai *Customer Service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi diharapkan untuk dapat mengimplementasikan pola *service excellence* yang mempunyai arti bahwa sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan

bank, *Customer Service* harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank. *Customer Service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank.

Secara umum, peranan *Customer Service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi sebagaimana harus sesuai dengan *service excellence* dan SOP antara lain adalah sebagai berikut :

1. Memberikan penjelasan nasabah/calon nasabah atau investor mengenai produk-produk maupun syarat-syaratnya maupun tata cara prosedurnya.
2. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan investor.
3. Melayani percetakan cek atau bilyet giro.
4. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran, baik rekening giro maupun tabungan.
5. Melayani penutupan rekening giro atas permintaan investor sendiri karena ketentuan bank (yang telah disepakati investor) maupun karena peraturan Bank Indonesia.
6. Melayani permohonan penerbitan dan pencairan deposito berjangka dari investor.
7. Melayani investor yang butuh informasi tentang saldo dan mutasi rekeningnya.

B. Analisis Peranan Customer Service pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi

Secara umum, peranan *Customer Service* bank adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi bahwasanya, peranan *Customer Service* terhadap nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi itu sangatlah penting, menjadikan pelayanan menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan di dunia perbankan untuk mempertahankan nasabah ataupun mencari calon nasabah untuk menjadi nasabah kita itu sulit dan sekaligus *Customer Service* merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.

Untuk mendapat nasabah baru, *Cosumer Service* harus cerdas dalam hal “merayu” calon nasabah. Cara-cara yang dilakukan *Cosumer Service* adalah dengan menginformasikan produk-produk unggulan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi dengan cara yang menarik dan meyakinkan. Selain itu, *Customer Service* harus dapat merekomendasikan produk yang paling sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah.

Dalam mempertahankan nasabah lama seorang *Customer Service* yang pertama, harus mengukur hubungan emosional

antara pelanggan yang loyal dengan perusahaan. Ikatan emosional inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus berbisnis dengan perusahaan dan membuat rekomendasi. kedua, memelihara hubungan baik dengan pelanggan. Ketiga, meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan. Menambahkan nilai akan membuat pelanggan merasa bahwa mereka mendapat lebih dari apa yang mereka bayar atau bahkan lebih dari yang mereka harapkan. Menambahkan nilai dapat dilakukan secara sederhana seperti meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan. Keempat, dengan pelayanan yang memuaskan. *Customer Service* dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah atau pelanggan seperti melayani nasabah dengan sangat baik, cepat, tanggap, tidak menyepelekan nasabah, memperhatikan nasabah dan tidak sampai menyinggung nasabah (Kasmir, 2005).

C. Kepuasan Nasabah

1. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau *satisfaction* dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik) dan “facto” (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan menurut Kotler, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Pengertian lain dari kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kepuasan dimana tingkat

pemenuhan ini bias lebih atau kurang.

Howard dan Sherth mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah adalah situasi kognitif pembeli berkenan dengan kesepadanan atau tidak dengan kesepadanan antara hasil yang didapat dengan pengorbanan yang dilakukan.

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, jika kinerja dibawah harapan nasabah, maka nasabah tidak akan merasa puas, apabila kinerja sesuai harapan maka nasabah akan merasa puas, dan apabila kinerja melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas, senang dan bahagia menggunakan jasa pada bank.

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta salah satu tujuan pokok bagi aktifitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan (Freddy Rangkuti, 2003).

a. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, ada 4 metode pengukuran kepuasan nasabah yaitu :

- a) Sistem keluhan dan saran. Metode ini untuk memantau kepuasan nasabah dengan cara memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.
- b) Survey kepuasan nasabah. Umumnya penelitian mengenai tingakat kepuasan nasabah

banyak dilakukan melalui metode survey dengan mengajukan pertanyaan (kuisisioner) kepada para nasabah. Melalui survey, perusahaan akan medapat tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah.

- c) Analisis pelanggan yang lari (*lost customer analysis*). Nasabah yang hialng akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti. Pindah ke perusahaan lain adalah suatu masalah yang terjadi yang tidak bias diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya. Kajian tentang kepuasa konsumen akan menjadi dasar yang penting dalam memutuskan suatu strategi pemasaran, hasil dari kajiannya akan membantu pemasar untuk :

- 1) Merancang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat atas suatu produk yang akan ditawarkan.
- 2) Menetapkan segmentasi
- 3) Merumuskan *positioning* dan diferensiasi produk

- 4) Memformulasikan riset pemasaran

Sedangkan menurut Giese dan Cote, ada tiga komponen utama untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu :

- 1) Kepuasan nasabah merupakan respon (emosional atau kognitif)
- 2) Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan nasabah terdiri atas tiga komponen: "respons" menyangkut "fokus" tertentu yang ditentukan pada "waktu" tertentu (Irwan Misbach, 2013).

b. Faktor – Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Menurut Irwan (2002), mengemukakan terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan konsumen, yaitu:

- a) Kualitas produk. Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability* dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- b) Kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep Serqual meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,

empathy dan *tangible*. Dalam banyak hal. Kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

- c) Faktor emosional. Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses.
- d) Harga. Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relative besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitive terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.
- e) Kemudahan. Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah merupakan suatu tujuan dalam dunia perbankan. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi melihat kepuasan nasabah itu dengan cara memberikan pelayanan dan produk disesuaikan dengan kebutuhan, serta memberikan kemudahan untuk memperoleh jasanya.

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong

bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan, selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan.

Namun nasabah pun seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah:

- a) Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapatkan oleh nasabah.
- b) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c) Perilaku personil atau karyawan bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan nasabah.
- d) Biaya terlalu tinggi di atas bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu membebani nasabah.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan nasabah pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam konteks perbankan, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi berupaya untuk meningkatkan kinerja para pegawai agar sesuai dengan apa yang diharapkan nasabahnya serta memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Frontliner (*Customer service* dan

Teller) (Pramata, 2015), mengatakan bahwa frontliner adalah “garis depan” berarti merupakan petugas atau pegawai yang akan melakukan interaksi pertama ketika nasabah mendatangi perusahaan. Ketentuan kerja frontliner telah diatur pada prosedur standar kerja. Standar tersebut meliputi penguasaan informasi tentang produk dan transaksi, kecepatan memproses transaksi, kerapian frontliner bank, kesopanan frontliner bank, dan keramahan frontliner.

KESIMPULAN, SARAN, DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Kesimpulan

Peran *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi adalah bahwa pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah.

Beberapa hal yang dilakukan *Customer Service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi dalam upayanya memberikan pelayanan terbaik diantaranya:

- a. Bersikap ramah
- b. Melayani secara cepat dan tepat
- c. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah
- d. Jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang.

Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi ada beberapa saran mengenai pelayanan yang diberikan oleh customer service, yakni:

1. Lebih ditingkatkan lagi kecepatan dalam melayani nasabah ketika keadaan nasabah sedang banyak yang datang.

2. Pertahankan terus unsur-unsur pelayanan yang diterapkan oleh customer service yang meliputi keramahan, komunikatif, kecepatan, ke tepatan dan kerapihan dalam berpakaian.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih ke Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung atas diterimanya artikel kegiatan pengabdian ini dan juga Kepada Bapak Dr. Tony Seno Aji, SE., ME. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, Ibu Dwi Ari Pertiwi, SE., S.Pd., M.M selaku Kaprodi dan dosen pembimbing yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, serta Kepala Pimpinan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi Maluku Tengah, Ibu Elfa Anggriani Haya, serta seluruh astaf yang telah memberikan izin serta membimbing dan memberi arahan kepada penulis selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Tehoru Cabang Masohi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Freddy Rangkuti, Measuring Customer Satisfaction, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
2. Handyaningrat, Soewarno. Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen. 1988 Jakarta: CV. Haji Masagung
3. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2020. (<https://kbbi.web.id/kendala>) (diakses tanggal 30 Oktober 2020).
4. Kasmir. Etika Customer Service, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005