STRATEGI *CUSTOMER SERVICE* PT BANK CIMB NIAGA CABANG BINTARO SEKTOR VII MENINGKATKAN LOYALITAS *CUSTOMER*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

AHMAD HIDAYAT

051203503125003

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2016

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, Agustus 2016
Yang membuat pernyataan,

(Ahmad Hidayat)
051203503125003

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama	: Ahmad Hidayat
NIM	: 051203503125003
JUDUL	: STRATEGI *CUSTOMER SERVICE* PT BANK CIMB NIAGA CABANG BINTARO SEKTOR VII MENINGKATKAN LOYALITAS *CUSTOMER.*
PROGRAM STUDI	: Ilmu KomunikasI
PEMINATAN	: Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, Agustus 2016

Menyetujui,

Pembimbing II	Pembimbing I
(Dr. Sri Desti Purwatiningsih,M.Si)	(Drs. Solten Rajagukguk,MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi	Dekan FISIP
(Indah Kurniawati S.Sos,M.Si)	(Dr. Sri Desti Purwatiningsih,M.Si)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Ahmad Hidayat
NIM	: 051203503125003
JUDUL	: STRATEGI *CUSTOMER SERVICE* PT BANK CIMB NIAGA CABANG BINTARO SEKTOR VII MENINGKATKAN LOYALITAS *CUSTOMER.*
PROGRAM STUDI	: Ilmu Komunikasi
PEMINATAN	: Hubungan Masyarakat

Jakarta, Agustus 2016

Menyetujui,

Ketua Penguji (Dr. Edison Hutapea, M.si)

Anggota Penguji I (Drs. Solten Rajagukguk. MM)

Anggota Pengujiu II (Helen Olivia, M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM Dekan FISIP

(Indah Kurniawati S.Sos, M.Si) (Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Ahmad Hidayat

NIM : 051203503125003

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

STRATEGI *CUSTOMER SERVICE* PT BANK CIMB NIAGA CABANG BINTARO SEKTOR VII MENINGKATKAN LOYALITAS *CUSTOMER*

ABSTRAK

Dalam sistem bisnis, *customer* adalah hal yang paling berarti dalam sebuah perusahaan, termasuk dunia perbankan. Yang diharapkan oleh setiap perusahaan adalah sebuah kepercayaan *customer*, perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menjalin *relationship* jangka panjang dengan konsumennya serta umpan balik positif dari para konsumen.

Teori yang digunakan oleh penulis adalah teori Interaksi Simbolik. Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu.

Paradigma dapat didefinisikan sebagai acuan yang menjadi dasar bagi setiap peneliti untuk mengungkapkan fakta– fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya. Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan,

fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya.

PT Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. CIMB Niaga pertama kali didirikan pada tanggal 26 September 1955 sebagai bank swasta nasional dengan nama Bank Niaga. CIMB adalah singkatan dari kata *Commerce International Merchant Bankers*. Istilah *Commerce International Merchant Bankers* apabila disingkat yaitu menjadi CIMB. Akronim CIMB *(Commerce International Merchant Bankers)* merupakan singkatan tidak resmi dalam bahasa indonesia. Strategi *customer service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yaitu dimana *customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.*Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Strategi *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer,* adalah sebagai berikut : Strategi *customer service* cabang bintaro sesuai dengan SOP (Standar Operasional Perusahaan) sudah berhasil dan mampu mengambil hati para *customer/* nasabahnya dengan pelayanan yang baik, prima, cepat, tanggap, mendengarkan dan memberikan solusi yang baik untuk setiap permasalahan nasabah. Produk/ jasa yang beragam menguntungkan dan

bermanfaat bagi para nasabahnya, sehingga pendapatan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro mencapai target yang diharapkan. Adapun peneliti memberikan saran guna untuk kemajuan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, yaitu :

1. Tetap mempertahankan kualitas pelayanan.
2. Menambah kinerja SDM untuk divisi *customer service*.
3. Menciptakan produk/ jasa yang lebih banyak lagi.
4. Membuka cabang-cabang Bank CIMB Niaga yang lebih luas lagi.
5. Memberikan penghargaan terhadap para karyawan, tujuannya agar karyawan semakin giat bekerja dan lebih mensukseskan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII.
6. Meningkatkan kerjasama terhadap perusahaan lain sehingga Bank CIMB Niaga semakin meluas keberadaannya dan semakin mempermudah nasabah untuk bertransaksi baik secara langsung ke Bank ataupun ATM.
7. Perbanyak mesin ATM khusunya di wilayah terpencil.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Ahmad Hidayat

Student ID Number : 051203503125003

STUDY PROGRAM : *Communication Studies*

SPECIALISATION : *Public Relations*

CUSTOMER SERVICE STRATEGY PT BANK CIMB Niaga BINTARO BRANCH SECTOR VII IMPROVE CUSTOMER LOYALTY

ABSTRACT

In business systems, customer is the most significant in a company, including the banking sector. Expected by each company is a customer confidence, a successful company is a company that is able to establish long-term relationships with customers as well as positive feedback from consumers.

The theory used by the author is the theory of Symbolic Interaction. The theory of symbolic interaction emphasis on the relationship between symbols and interaction, as well as the core of this approach is an individual view.

Paradigm can be defined as a reference is the basis for any researcher to disclose facts through research accomplishments. Judging from the data type of the research approach used in this study is a qualitative approach. The study is a qualitative descriptive study, which included qualitative research. The purpose of this study is to reveal the facts, circumstances, phenomena, variables and circumstances that occurred while running the research and presenting what it is.

PT Bank CIMB Niaga Tbk, or better known as CIMB Niaga is a bank that was founded in 1955. CIMB Niaga was first established on September 26, 1955 as a private national bank under the name of Bank Niaga. CIMB is an abbreviation of the word Commerce International Merchant Bankers. Commerce International Merchant Bankers term if abbreviated, namely to CIMB. Acronym CIMB (Commerce International Merchant Bankers) is an unofficial acronym in Indonesian. Strategies customer service at Bank CIMB Niaga branch Bintaro is where customer service is a part of the organizational unit that was in the front office that serves as a bridge or intermediary for the bank and the customer who wants to get service services or bank products available. Customer service is any activity that is destined or intended to provide customer satisfaction through services that can meet the desires and needs of customers.

The conclusion that can be drawn from research on Strategic Customer Service Bank CIMB Niaga branch Bintaro sector VII increase customer loyalty, are as follows: Strategy customer service branch bintaro accordance with SOP (Standard Operating Company) has been successful and is able to take the hearts of the customers / clients with services good, excellent, fast, responsive, listening and provide a good solution for any customer problems. Products / services of diverse profitable and beneficial for its customers, so that the income of Bank CIMB Niaga Bintaro branch reach the expected target. The researchers gave suggestions to progress to Bank CIMB Niaga Bintaro branch, namely:

1. Continue to maintain the quality of service.

2. Adding HR performance for the customer service division.

3. Create a product / service more.

4. Opening branches of Bank CIMB Niaga wider.

5. Provide pnghargaan for employees, the goal that employees work even harder and more success of Bank CIMB Niaga Bintaro branch VII sector.

6. Increase cooperation with other companies so that Bank CIMB Niaga expanding its presence and make it easier for customers to transact either directly to the bank or ATM.

7. Expand the ATM machine especially in remote areas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunianya, sehingga penulis skripsi ini yang berjudul " Strategi *Public Relation* PT Cimb Niaga Cabang Bintaro Sektor VII Dalam Mempertahankan Loyalitas *Customer"*berhasil diselesaikan. Penulis skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr,Lijan P. Sinambela, MM, M. Pd, Selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.

2. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, Msi, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia, dan sekaligus Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

3. Indah Kurniawati S.Sos,M.Si, Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4 Drs. Solten Rajagukguk, MM Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

5 Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia, yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.

6 Orangtua dan Keluarga yang tiada henti memberikan do'a dan kasih sayang sehingga terselesaikannya skripsi.

7 Teman-teman yang tidak disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat serta do'a kepada penulis skripsi ini.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu dan bermanfaat bagi penulis.

Jakarta , Mei 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitaian..... 1

1.2 Pertanyaan Penelitian..... 8

1.3 Tujuan Penelitian..... 8

1.4 Kegunaan dan Manfaat Penelitian..... 8

1.5 Sistematika Penelitian Skripsi..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Landasan Teoritis 11

2.2 Landasan Konseptual..... 16

2.2.1 Definisi Strategi 16

2.2.2 Peranan dan Strategi *Customer Service* 17

2.2.3 *Customer Service* 20

2.2.4 Fungsi *Customer Service*..... 21

2.2.5 Tugas *Customer Service*..... 24

2.2.6 Loyalitas 26

2.2.7 *Customer*/Nasabah 27
2.3 Kerangka Pemikiran 30
2.3.1 Alur Keranga Pemikiran 30
2.3.2 Deskripsi Kerangka Pemikiran 31
BAB III PROSEDUR PEMIKIRAN 32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 32
3.2 Desain Penelitian 32
3.2.1 Paradigma Penelitian 32
3.2.2 Pendekatan Penelitian 33
3.2.3 Metode Penelitian 34
3.2.4 Sifat Penelitian 36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 37
3.3.1 Subjek Penelitian 37
3.3.2 Objek Penelitian 37
3.4 *Key Informan* dan *Informan* 37
3.4.1 *Key Informan* 37
3.4.2 *Informan* 38
3.5 Definisi Konseptual 39
3.6 Teknik Pengumpilan Data 40
3.7 Teknik Analisis Data 43
3.8 Teknik Keabsahan Data 44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian 46
4.1.1 Profil Perusahaan 46
4.1.2 Sejarah CIMB Niaga 46
4.1.3 Visi dan Misi CIMB Niaga 48

4.1.3.1 Visi....48
4.1.3.2 Misi....48
4.1.4 Filosofi CIMB Niaga....48
4.1.5 Struktur Organisasi....49
4.1.6 Produk CIMB Niaga....54
4.1.7 Keuntungan dan Fasilitas CIMB Niaga....55
4.1.8 Jenis Tabungan CIMB Niaga....56
4.2 Hasil Penelitian....59
4.2.1 Strategi *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro Sektor IV Meningkatkan Loyalitas *Customer*....59
4.2.2 Loyalitas *Customer* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro....69
4.2.3 Hasil Penelitian....73
4.3 Pembahasan....74
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN....80
5.1 Kesimpulan....80
5.2 Saran....81
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu, banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran dari karyawan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat khususnya pada dunia perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah/ *customer*. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik untuk *customer*, di mana agar terjalin hubungan yang harmonis dan memberikan

nilai yang baik untuk citra perusahaan. Nasabah dibuat senyaman mungkin dengan keramahtamahan dan sopan santun dari para karyawan khususnya *customer service.*

Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Dalam sistem bisnis, *customer* adalah hal yang paling berarti dalam sebuah perusahaan, termasuk dunia perbankan. Yang diharapkan oleh setiap perusahaan adalah sebuah kepercayaan *customer*, perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menjalin *relationship* jangka panjang dengan konsumennya serta umpan balik positif dari para konsumen.

Bisnis di bidang jasa perbankan bukan hanya terfokus pada tingkat suku bunga ataupun keunggulan produk yang ditawarkan, melainkan sudah bergeser kearah aspek yang bersifat personal, salah satu dari aspek tersebut adalah kualitas pelayanan yang mampu diberikan sebuah bank kepada para nasabahnya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci yang penting bagi proses penciptaan loyalitas nasabah.

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan atau SDM yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan *customer*. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini adalah *Customer Service.* Pelayanan nasabah atau *customer service* disini maksudnya adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk/ jasa yang akan dipasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan

informasi atau spesifikasi produk/ jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah.

Peranan *customer service* merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir, 2005:179).

Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan *customer*. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Seorang *customer service* harus mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank secara detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya, sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. (Kasmir, 2007 : 275-276).

Perusahaan menginginkan bahwa *customer* yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena *customer* yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan *customer* yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada *customer,* yaitu berbagai kebutuhan dan keinginannya harus terpenuhi. Perusahaan akan berhasil memperoleh dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah.

Customer service Bank CIMB Niaga sangat berperan penting dalam menunjang perusahaan, apabila dikaitkan dengan teori yang peneliti gunakan interaksi simbolik strategi *customer service* Bank CIMB Niaga menerapkan kepada : a. Pikiran *(Mind)* yaitu seorang customer service harus mampu mengembangkan pikiran bagaimana bisa menyusun strategi saat nasabah selalu bertanya dan nasabah dapat puas dengan jawaban yang diberikan oleh seorang *customer service,* b. Diri *(Self)* yaitu seorang *customer service* harus mampu mengendalikan diri saat nasabah complain atau tidak merasa puas dengan pelayanan *customer service* disini harus mampu menguasai interaksi secara personal apa yang diinginkan oleh nasabahnya dan tidak ikut terpancing amarah tetap tenang, bijaksana dan tentu bertanggung jawab memberikan solusi yang terbaik sehingga nasabah sangat puas dengan

pelayanan yang diberikan, c. Masyarakat *(Society)* customer service terlibat peran berada ditengah-tengah *customer* dimana seorang *customer service* aktif dalam berkomunikasi dan berinteraksi baik *intern* dan *ekstern customer*, tidak membedakan setiap nasabahnya dan dapat membangun hubungan *relationship* dengan semua nasabahnya.

Loyalitas *customer* merupakan kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan *customer*. Demikian pula dengan Bank CIMB Niaga yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran *customer service*. Sehubungan dengan pentingnya *customer service* tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lain, maka upaya bank CIMB Niaga adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah. (Hurriyati, 2010:129).

CIMB Niaga berdiri pada tanggal 26 September 1955 dengan nama Bank Niaga. Pada dekade awal berdirinya, fokus utama adalah membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme di bidang perbankan. Sebagai hasilnya,

Bank Niaga dikenal luas sebagai penyedia produk dan layanan berkualitas yang terpercaya. Di tahun 1987, Bank Niaga membedakan dirinya dari para pesaingnya di pasar domestik dengan menjadi Bank yang pertama menawarkan nasabahnya layanan perbankan melalui mesin ATM di Indonesia. Pencapaian ini dikenal luas sebagai masuknya Indonesia ke dunia perbankan modern. Kepemimpinan Bank dalam penerapan teknologi terkini semakin dikenal di tahun 1991 dengan menjadi yang pertama memberikan nasabahnya layanan perbankan *online*. (*Company Profile* CIMB Niaga Hal. 5)

Bank Niaga menjadi perusahaan terbuka di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (kini Bursa Efek Indonesia/BEI) pada tahun 1989. Keputusan untuk menjadi perusahaan terbuka merupakan tonggak bersejarah bagi bank dengan meningkatkan akses pendanaan yang lebih luas. Langkah ini menjadi katalis bagi pengembangan jaringan bank di seluruh pelosok negeri.

Bergabungnya LippoBank kedalam CIMB Niaga merupakan sebuah lompatan besar di sektor perbankan Asia Tenggara. CIMB Niaga kini menawarkan nasabahnya layanan perbankan yang komprehensif di Indonesia dengan menggabungkan kekuatan di bidang perbankan ritel, UKM dan korporat dan juga layanan transaksi pembayaran. Penggabungan ini menjadikan CIMB Niaga menjadi Bank terbesar ke-5 dari sisi asset, pendanaan, kredit dan luasnya jaringan cabang. Dengan komitmennya pada integritas, ketekunan untuk menempatkan perhatian utama kepada nasabah dan semangat untuk terus unggul, CIMB Niaga akan terus memanfaatkan seluruh daya yang dimilikinya untuk menciptakan sinergi dari penggabungan

ini. Keseluruhannya merupakan nilai-nilai inti CIMB Niaga dan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi bagi masa depan yang sangat menjanjikan. (*Company Profile* CIMB Niaga, Hal. 8-11).

Sebagai salah satu Bank terkemuka di Indonesia dengan performa kinerja yang tinggi, maka PT. Bank CIMB Niaga, Tbk ingin melihat konsistensi pelayanan terhadap nasabahnya. Untuk itu dilakukan pengamatan terhadap petugas pelayanan dan cabang yang bersangkutan. Saat ini pelayanan yang sekedar baik dan standar–standar saja tidak cukup untuk bisa memperoleh loyalitas pelanggan, apalagi bila ada petugas bank yang terkadang tidak selalu melayani dengan prima. Namun masing–masing Bank biasanya memiliki ciri khas sendiri, dimana PT. Bank CIMB Niaga, Tbk mengutamakan nilai "sentuhan pribadi" dalam pelayanannya terhadap nasabah. Pelayanan semakin penting ketika bank semakin besar karena semakin besar pula *effort* yang harus dilakukan untuk mempertahankan nasabah *(customer loyalty*) dan untuk menjaring nasabah baru terutama di tengah beragamnya *complaint* yang terjadi di bank menuntut *customer service* untuk selalu *up to date* dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

PT. Bank CIMB Niaga, Tbk merupakan salah satu bank swasta nasional terkemuka di Indonesia dan telah meletakkan pondasi yang kuat untuk menjaga pertumbuhan yang berkesinambungan dan berorientasi kepada integritas, pelayanan berkualitas, pengelolaan bank dengan prinsip kehati–hatian, serta pengelolaan kinerja keuangan yang sehat.

Sejalan dengan keinginan dari pihak manajemen yang mengedepankan prioritas pelayanan yang memuaskan, maka PT. Bank CIMB Niaga, Tbk menerapkan falsafah pelayanan "Melampaui Kepuasan Nasabah Adalah Tekad kami" atau *"CARE"* berarti *Customer Are Really Everything* (nasabah adalah segala–galanya). PT Bank CIMB Niaga, Tbk, pelayanan yang baik merupakan alasan utama untuk dapat tetap ditingkatkan bila standar senantiasa ditingkatkan dan di evaluasi secara teratur. Hubungan pelayanan dengan nasabah tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu kita harus menjaga citra dan kredibilitas perusahaan kita agar tidak mengecewakan nasabah, sehingga tidak mengakibatkan nasabah beralih ke tempat lain dan tetap loyal terhadap perusahaan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis mencoba mengadakan penelitian berkaitan dengan menjaga loyalitas *customer* dengan mengambil judul "Strategi *Customer Service* PT Bank Cimb Niaga Cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer.*"

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer*?
2. Bagaimana loyalitas *customer/* nasabah di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer.*
2. Untuk mengetahui loyalitas *customer/* nasabah di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat penelitian dari segi manfaat teoritis dan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Aspek Teoritis

Melalui karya yang penulis buat ini, penulis berharap dapat memberikan pengetahuan yang seluas-luasnya dalam dunia ilmu komunikasi, mengenai strategi *customer service* dalam sebuah perusahaan, sehingga para akademisi lainnya dapat berpatok pada penelitian ini jika tidak akan melakukan penelitian sejenis.

1.4.2 Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *customer service* untuk meningkatkan loyalitas *customer* dan sebagai kontribusi pengetahuan tentang strategi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas *customer* untuk masyarakat umum.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI DAN KERANGKA TEORITIS

Membahas teori tentang Strategi, *Customer Service*, Fungsi *Customer Service*, Tugas *Customer Service*, Loyalitas, dan *Customer/* Nasabah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang metode penelitian, subjek dan objek penelitian, pengolahan dan pengumpulan data, dan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan hasil analisis dari data-data yang telah diperoleh dari lapangan tentang Strategi *Customer Service* PT Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Mengemukakan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian, dan semua yang perlu diperhatikan untuk penelitian lanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

Teori yang digunakan oleh penulis adalah teori Interaksi Simbolik. Interaksi simbolik menurut perspektif interaksional, di mana merupakan salah satu perspektif yang ada dalam studi komunikasi, yang barangkali paling bersifat ”humanis” (Ardianto, 2007:40). Di mana, perspektif ini sangat menonjolkan keagungan dan maha karya nilai individu di atas pengaruh nilai-nilai yang ada selama ini. Perspektif ini menganggap setiap individu di dalam dirinya memiliki esensi kebudayaan, berinteraksi di tengah sosial masyarakatnya, dan menghasilkan makna ”buah pikiran” yang disepakati secara kolektif. Dan pada akhirnya, dapat dikatakan bahwa setiap bentuk interaksi sosial yang dilakukan oleh setiap individu, akan mempertimbangkan sisi individu tersebut, inilah salah satu ciri dari perspektif interaksional yang beraliran interaksionisme simbolik.

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu.

Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama.

Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto, 2007:32). Banyak ahli di belakang perspektif ini yang mengatakan bahwa individu merupakan hal yang paling penting dalam konsep sosiologi. Mereka mengatakan bahwa individu adalah objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain.

Menurut Ralph Larossa dan Donald C. (2008:96), interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia *(Mind)* mengenai diri *(Self)*, dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat *(Society)* di mana individu tersebut menetap. Seperti yang dicatat oleh Douglas dalam Ardianto (2007:136), Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

Definisi singkat dari ketiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: (1) Pikiran *(Mind)* adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, di mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, (2)

Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri *(the-self)* dan dunia luarnya, dan (3) Masyarakat *(Society)* adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Mead memandang *realitas social* dengan kacamata psikologi social sebagai sesuatu proses yang dinamis, bukan statis. Manusia maupun aturan social dalam proses "akan jadi", bukan sebagai fakta yang sudah lengkap dan terminasi. Mead meneliti bagaimana proses individu menjadi anggota organisasi (masyarakat). Mead mengawalinya dengan diri *(self)* yang menjalani internalisasi atau interpretasi subjectif atas realitas struktur yang lebih luas. "Diri" ini berkembang ketika orang belajar " mengambil peran orang lain" atau masuk dalam pertandingan *(games)* ketimbang permaianan *(play)*. Manusia disamping itu mampu memahami orang lain yang memaahami diri sendiri. Hal ini ditunjang oleh penguasan bahasa sebagai symbol danisyarat terpenting, kerena bahasa dan isyarat itu orang bisa melakukan ineraksi simbolik dengan dirinya sendiri.

"*Mind, Self and Society*" merupakan karya George Harbert Mead yang paling terkenal (Mead, 2008:96), di mana dalam buku tersebut

memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik.

Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia,
2. Pentingnya konsep mengenai diri.
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat.

Tema pertama pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya membentuk makna bagi perilaku manusia, di mana dalam teori interaksi simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya dikonstruksi secara interpretif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama. Hal ini sesuai dengan tiga dari tujuh asumsi karya Herbert Blumer (2008:99) di mana asumsi-asumsi itu adalah sebagai berikut:

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka.
2. Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia.
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

Tema kedua pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya ”Konsep diri” atau *”Self-Concept”*. Di mana, pada tema interaksi simbolik ini menekankan pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya. Tema

ini memiliki dua asumsi tambahan, menurut LaRossan & Reitzes (2008: 101), antara lain:

1. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.
2. Konsep diri membentuk motif yang penting untuk perilaku.

Tema terakhir pada interaksi simbolik berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, di mana asumsi ini mengakui bahwa norma-norma sosial membatasi perilaku tiap individunya, tapi pada akhirnya tiap individulah yang menentukan pilihan yang ada dalam sosial kemasyarakatannya. Fokus dari tema ini adalah untuk menjelaskan mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial. Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan tema ini adalah:

1. Orang dan kelompok masyarakat dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial.
2. Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

Rangkuman dari hal-hal yang telah dibahas sebelumnya mengenai tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang berkaitan dengan interaksi simbolik, dan tujuh asumsi-asumsi karya Herbert Blumer adalah sebagai berikut:

Tiga tema konsep pemikiran Mead

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia,
2. Pentingnya konsep diri.
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat.

Pertukaran informasi (simbol-simbol) melalui sebuah interaksi antar individu menghasilkan kesamaan makna yang akan digunakan untuk acuan-acuan dalam berkomunikasi dan menjadikan komunikasi lebih mudah untuk dijalankan.

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1 Definisi Strategi

Menurut Djatmiko (2003:4), strategi dideskripsikan sebagai suatu cara di mana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan *eksternal* yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan *internal* organisasi. Berdasarkan pada definisi tersebut, terdapat tiga faktor yang mempunyai pengaruh penting pada strategi, yaitu lingkungan *eksternal,* sumberdaya dan kemampuan *internal,* serta tujuan yang akan dicapai. Intinya, suatu strategi organisasi memberikan dasar-dasar pemahaman tentang bagaimana organisasi itu akan bersaing dan *survive*.

Menurut Hamel dan Prahalad dalam buku Rangkuti (2009:4), strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi

inti *(core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Allison dan Kaye (2004:3), strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi. Strategi juga merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.

Dari beberapa definisi di atas penulis menyimpulkan strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan ke unggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

2.2.2 Peranan dan Strategi *Customer Service*

Customer service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Menurut Kasmir dalam bukunya Etika *Customer Service* (2004 : 98), ada beberapa peranan dalam *customer service*, sebagai berikut :

a. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
b. Memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa bank dalam hal ini *customer service* menjawab

pertanyaan nasabah mengenai pelayanan jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang layanan jasa perbankan.

c. Menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit maupun tabungan.

Seorang *Customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam.

Menurut Kasmir dalam bukunya Manajemen Perbankan (2003 : 219) ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami sebagai berikut :

a. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih, Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen.
b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani

nasabah petugas *customer service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal. Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan, usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan atau kemauan nasabah.

g. Jangan menyela dan memotong pembicaraan, Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran

atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan, Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan, artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuan petugas yang mampu.

j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani, artinya jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

2.2.3 *Customer Service*

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir, 2005:179).

Sedangkan pengertian layanan pelanggan *(customer service)* adalah segala sesuatu yang dilakukan perusahaan agar pengalaman meningkat. (Harris, 2010:2).

Definisi menurut Kotler 2003:98, *Customer Service* mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan/ masalah yang sedang dihadapi.

2.2.4 Fungsi *Customer Service*

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2005:182) :

1. Sebagai Resepsionis, artinya sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin.
2. Sebagai Deskman, artinya sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.

3. Sebagai *Salesman*, artinya sebagai orang yang menjual produk perbankan, maksudnya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank.
4. Sebagai *Customer Relation Officer*, yaitu sebagai seseorang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan.
5. Sebagai Komunikator, artinya sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Menurut Sumarwan (2002:64), adapun fungsi sebagai seorang *customer service officer* adalah :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang penting bagi pelanggan.
2. Mengusung falsafah *customer-oriented (customer centric)*.
3. Mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang pelanggan.
4. Membangun proses ujung ke ujung dalam melayani pelanggan.
5. Menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna.
6. Menangani keluhan/komplain pelanggan.
7. Mencatat dan mengikuti semua aspek dalam penjualan.
8. Membuat informasi holistik tentang informasi layanan dan penjualan dari pelanggan.

Secara garis besar fungsi *customer service* menurut penulis adalah untuk mempertahankan pelanggan, dan membentuk *image* perusahaan yang baik di mata pelanggan.

Adapun fungsi dari *customer service* untuk perusahaan, adalah : (Budi Haryono, 2014:44).

1. Perusahaan dipercaya pelanggan

   Karena dengan adanya layanan pelanggan yang prima, *customer* maupun pelanggan akan semakin mempercayai perusahaan.

2. Perusahaan menjadi semakin profesional dalam melayani pelanggan

   Dengan menerapkan layanan prima kepada pelanggan, perusahaan akan semakin berpengalaman dalam layanan sebelum transaksi, ataupun sesudah transaksi.

3. Perusahaan mampu memelihara kelompok atau komunitas pelanggan yang setia terhadap perusahaan

   Dengan memberikan layanan prima, perusahaan mampu membedakan mana pelanggan yang setia, mana pelanggan yang hanya membandingkan layanan dari satu perusahaan ke perusahaan lain, dan mana pelanggan yang hanya mencoba-coba.

4. Perusahaan mampu melakukan inovasi produk

   Dengan memberikan layanan prima, pelanggan merasa semakin dekat dan familier dengan pihak perusahaan.

5. Perusahaan mampu membangun merek *(brand)* dari tingkat kesadaran akan merek *(brand awareness)* sampai dengan tingkat aset dari suatu merek *(brand equity)*

   Dengan memberikan layanan prima kepada pelanggan, berarti perusahaan sedang membangun merek.

2.2.5 Tugas *Customer Service*

Selain memiliki fungsi, seorang *customer service* yang berada di garis depan bank *(front office)* juga memiliki tugas.

Tugas ini pada hakekatnya adalah penerapan dari fungsi-fungsi yang telah disebutkan di atas.

Adapun tugas *customer service*, adalah :

a. Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya. Di samping itu memberikan informasi sejelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui dan diminati kepada nasabah atau calon nasabah.

b. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak nasabah.

c. Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia.

d. Mengadministrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.

e. Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.

f. Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan dan memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

(Sumber : Maizul Ackbar, 2012)

Selain tugas dan fungsi, *customer service* memiliki wewenang antara lain : (Sumber : Maizul Ackbar, 2012).

a. Menyaksikan nasabah, mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian.

b. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bilamana tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank.

c. Melakukan verifikasi tanda tangan *customer*.

d. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.

e. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur intern Bank.

Pada umumnya tugas dari seorang *customer service* adalah :

1. Memberikan informasi produk bank.
2. Melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah.
3. *Handling Complaint*, melayani segala bentuk komplain dari nasabah.
4. Melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa produk bank seperti transfer, inkaso, pemindahbukuan antar rekening nasabah.
5. Melaksanakan tugas lainnya yang ditunjuk atasan.

2.2.6 Loyalitas

Menurut Tjiptono (2000:110) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan.

Loyal menurut Siagian (2005:25), Suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah keperusahaan lain.

Menurut Hasibuan (2011:79), Kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab.

Ada empat cara agar pelanggan (*customer)* tidak meninggalkan perusahaan, menurut Griffin (2003:51), yaitu :

1. Mempermudah *customer* untuk memberi umpan balik terhadap perusahaan.
2. Bila *customer* membutuhkan bantuan, berikanlah dengan segera setelah perusahaan memperoleh umpan balik dari *customer*, perusahaan harus bertindak cepat.
3. Mengurangi perasaan kecewa dan amarah *customer* dengan memberi jaminan.
4. Mempelajari cara menghibur *customer* yang sedang marah.

Secara garis besar loyalitas menurut penulis adalah Loyalitas mempunyai perilaku pembelian ulang, yang secara psikologis berarti kesetiaan pada suatu merek tunggal.

2.2.7 *Customer*/ Nasabah

Nasabah adalah Seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. (Lupiyoadi, 2006:31).

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. (Ratih Hurriyati, 2006:129).

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Dalam praktiknya nasabah dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu :

(Kasmir, 2010:67-68).

1. Nasabah Baru

   Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita

yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

2. Nasabah Biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

3. Nasabah Utama *(Primer)*

Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah *primer* selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang nasabah harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Di samping itu juga seorang *customer service* harus memperlakukan nasabah secara benar. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah : (Kasmir, 2010:113).

a. Nasabah adalah raja

Petugas *customer service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral

dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *customer service* itu sendiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi tugas *customer service* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau debat dan tidak mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau berdebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

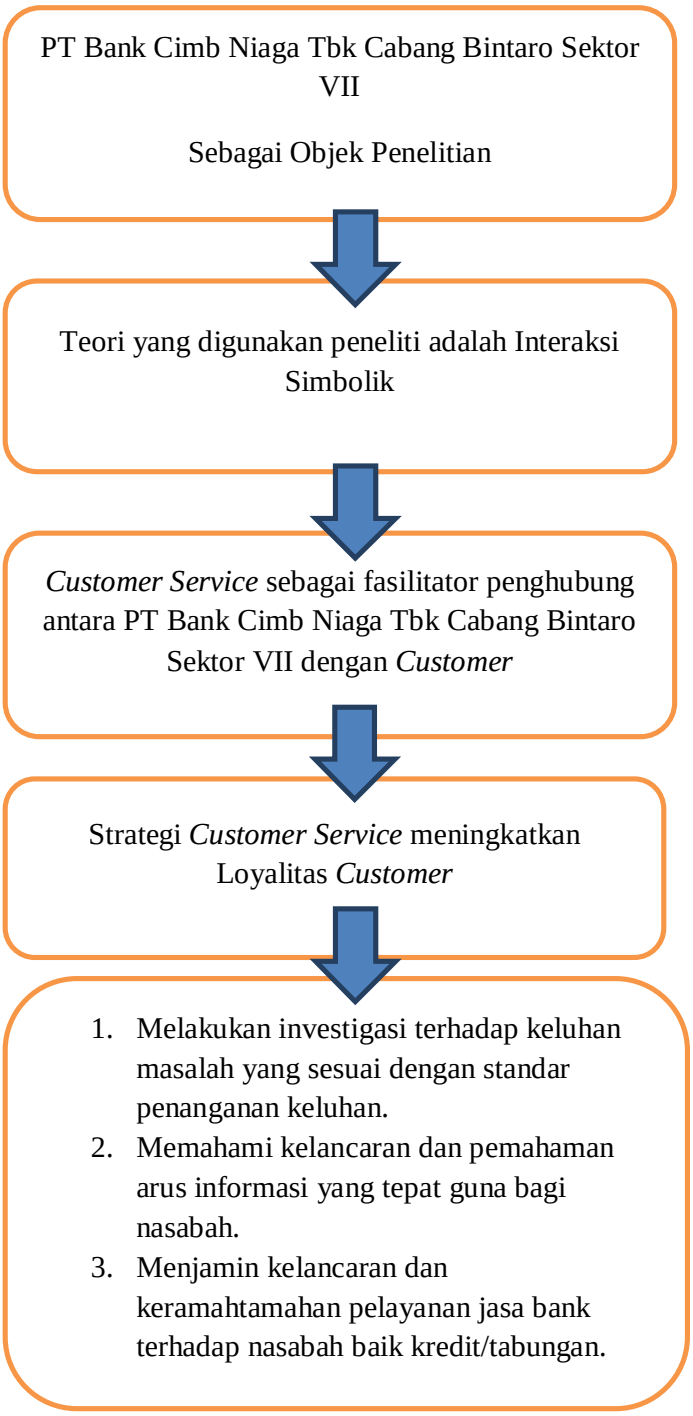
e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

2.3 Kerangka Pemikiran

Bagan 2.3.1

Alur Kerangka Pemikiran



2.3.1 Deskripsi Kerangka Pemikiran

PT Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII merupakan sumber objek penelitian. Teori yang digunakan oleh penulis adalah interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto, 2007:32). Banyak ahli di belakang perspektif ini yang mengatakan bahwa individu merupakan hal yang paling penting dalam konsep sosiologi. Mereka mengatakan bahwa individu adalah objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain. *Customer Service* merupakan fasilitator penghubung anatara perusahaan dengan *customer*, di mana peran seorang *Customer Service* dapat menjadi ujung tombak perusahaan untuk mencapai tujuan bersama, dengan strategi :

1. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
2. Memahami kelancara dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa bank dalam hal ini *customer service* menjawab pertanyaan nasabah mengenai pelayanan jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang pelayanan jasa perbankan.
3. Menjamin kelancaran dan keramah-tamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit/ tabungan. (Khasmir, 2004:98).

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah PT Bank Cimb Niaga Cabang Bintaro Sektor VII, Jl. KH Wahid Hasyim Blok B IV No.3 Bintaro Jaya Sektor VII, Tangerang Selatan 15224.

Waktu pada saat penelitian adalah 1 April 2016 s.d 25 Juli 2016, pada waktu jam kerja Cimb Niaga yaitu Senin-Jumat pukul 08.00-17.00 WIB.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah pedoman yang menjadi dasar bagi para saintis dan peneliti di dalam mencari fakta–fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya.(Arifin, 2012:146)

Paradigma menurut Bogdan dan Biklen (2011:59), adalah sekumpulan anggapan dasar mengenai pokok permasalahan, tujuan, dan sifat dasar bahan kajian yang akan diteliti.

Deddy Mulyana (2011:59) mendefinisikan paradigma sebagai suatu kerangka berpikir yang mendasar dari suatu kelompok saintis (ilmuwan) yang menganut suatu pandangan yang dijadikan landasan untuk mengungkap suatu fenomena dalam rangka mencari fakta.

Jadi, paradigma dapat didefinisikan sebagai acuan yang menjadi dasar bagi setiap peneliti untuk mengungkapkan fakta– fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya.

Post-positivisme merupakan perbaikan positisme yang dianggap memiliki kelemahan-kelemahan, dan dianggap hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologis aliran post-positivisme bersifat realism dan menganggap bahwa realitas memang ada dan sesuai dengan kenyataan dan hukum alam tapi mustahil realitas tersebut dapat dilihat secara benar oleh peneliti.

Penulis menggunakan paradigma Post-Positivisme karena dalam penelitian ini penulis ingin mendeskirpsikan strategi *Customer Service* secara sistematis tentang strategi *Customer Service* CIMB Niaga cabang Bintaro meningkatkan loyalitas *customer,* dengan mendeskripsikan hasil penelitian ini melalui wawancara dan observasi langsung.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6).

Menurut Kirk dan Miller (2007:58), penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara *fundamental* bergantung pada pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak.

3.2.3 Metode Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif umumnya akan terjadi 3 hal kemungkinan pada masalah yang dibawa oleh peneliti ke penelitian tersebut. Yakni sebagai berikut :

a. Masalah yang dibawa peneliti adalah masalah tetap, jadi judul dari penelitian deskriptif kualitatif mulai awal pengajuan proposal hingga akhir laporan tetap sama
b. Masalah yang diajukan oleh peneliti menjadi berkembang serta lebih mendalam sesudah peneliti melakukan penelitian tersebut di lapangan, jadi tidak terlalu banyak hal yang berubah, maka cukup disempurnakan saja
c. Masalah yang diajukan oleh peneliti sesudah melakukan penelitian tersebut di lapangan akan berubah total, jadi objek masalah pun wajib diganti secara menyeluruh.

Setiap penelitian tentunya mempunyai tujuan yang berbeda-beda, termasuk penelitian deskriptif kualitatif ini. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah tidak semata-mata untuk menjelaskan secara menyeluruh masalah yang akan diteliti dan diamati saja, namun juga ada tujuan lainnya. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif akan menjadi pedoman ketika anda melakukan penelitian.

Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif searah dengan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/identifikasi masalah. Hal ini disebabkan tujuan dari penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dikemukakan oleh rumusan masalah serta pertanyaan

penelitian/identifikasi masalah. Tujuan ini juga menentukan strategi *Customer Service* CIMB Niaga untuk meningkatkan loyalitas *customer* yaitu dengan membuat analisisnya memakai metode penelitian ini.

3.2.4 Sifat Penelitian

Sukmadinata (2006:72) menjelaskan Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya

Penelitian deskriptif menurut Erna Widodo dan Mukhtar (2000:14) kebanyakan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, melainkan lebih pada menggambarkan apa adanya suatu gejala, variabel, atau keadaan. Namun demikian, tidak berarti semua penelitian deskriptif tidak menggunakan hipotesis. Penggunaan hipotesis dalam penelitian deskriptif bukan dimaksudkan untuk diuji melainkan bagaimana berusaha menemukan sesuatu yang berarti sebagai alternatif dalam mengatasi masalah penelitian melalui prosedur ilmiah.

Penelitian deskriptif tidak hanya terbatas pada masalah pengumpulan dan penyusunan data, tapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data tersebut. Oleh karena itu, penelitian deskriptif mungkin saja mengambil bentuk penelitian komparatif, yaitu suatu penelitian yang

membandingkan satu fenomena atau gejala dengan fenomena atau gejala lain, atau dalam bentuk studi kuantitatif dengan mengadakan klasifikasi, penilaian, menetapkan standar, dan hubungan kedudukan satu unsur dengan unsur yang lain.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber di mana tempat peneliti dapat memperoleh keterangan penelitian. Adapun subjek penelitian dalam skripsi ini adalah PT Bank CIMB Niaga Cabang Bintaro Sektor VII.

3.3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *Customer Service* PT Bank Cimb Niaga Cabang Bintaro Sektor VII, yang memiliki strategi meningkatkan loyalitas *customer* (nasabah).

3.4 *Key Informan* dan *Informan*

3.4.1 *Key Informan*

Key informan adalah orang atau sekelompok orang yang memiliki informasi pokok pada budaya tertentu. (Endraswara, 2006:121).

Menurut Moleong (2005:3) *key informan* adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan.

Menurut Ruslan (2005:261) *key informan* adalah orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber informasi atau *informan* kunci dalam suatu penelitian.

Jadi *key informan* merupakan manusia atau orang yang dijadikan sumber informasi suatu penelitian.

1. *Key Informan*

   Nama : Ratih Puspitaningrum

   Jabatan : *Head Customer Service*

3.4.2 *Informan*

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang. (Moleong, 2010:90).

Jadi *informan* berfungsi sebagai informasi penunjang atau tambahan untuk memperkuat keterangan dari *key informan.*

1. Lina Ahlina

   (sebagai *customer* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro Sektor VII).

2. Sekar Ayu

   (sebagai *customer* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro Sektor VII).

3. Tri Mulyo

   (sebagai *customer* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro Sektor VII).

4. Arul Rahman

   (sebagai *customer* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro Sektor VII).

5. Ratih Dewiyanti

   (sebagai *customer* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro Sektor VII).

3.5 Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis mengarah kepada operasionalisasi konsep Strategi *Customer Service,* sesuai dengan judul "Strategi *Customer Service* PT Bank CIMB Niaga Cabang Bintaro Sektor VII meningkatkan loyalitas *customer"*.

PT Bank CIMB niaga cabang Bintaro sektor VII merupakan sumber objek penelitian. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto, 2007:32).

Peranan *Customer service* berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. *Customer service* adalah kualitas perlakuan yang diterima oleh pelanggan selama berlangsungnya kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah tersebut. Loyalitas berasal dari kata dasar loyal yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.

Peranan *Customer service* meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro adalah dengan adanya strategi *customer service* yang baik dalam proses perbankan serta untuk meningkatkan loyalitas nasabah itu dapat memperluas dan mendukung pertumbuhan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yang dideskripsikan melalui wawancara dan dokumentasi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2008:62). Dalam usaha pengumpulan data serta keterangan yang diperlukan, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

   Menurut Moleong (2007:186) mendeskripsikan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara *(interview)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan.

   Sedangkan menurut Esterberg dalam Sugiyono (2008:72) mengungkapkan wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.Untuk mendapatkan

informasi dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan *customer service* dan beberapa *customer* relevan dengan konteks penelitian yang sekiranya dapat membantu memberikan informasi.

Adapun panduan wawancara dalam melakukan wawancara peneliti manggunakan metode wawancara semi terstruktur, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, tentang pengalamannya Sugiyono (2008:73). Peneliti akan mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang akan dikemukakan oleh *informan* dalam Sugiyono (2008:73).

2. Observasi

Observasi menurut Raco (2010:112) adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Adapun menurut Sutrisno dalam Andi Prastowo (2010:27) mengartikan observasi adalah sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian.

Sedangkan menurut Nasution (2003:56) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam melakukan observasi peneliti menggunakan observasi terbuka dimana peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan sebenarnya kepada sumber data, bahwa sedang melakukan

penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti (Moleong:2007:176).

3. Dokumentasi

Andi (2010:192) mengungkapkan dokumen merupakan rekaman yang bersifat tertulis atau film dan isinya merupakan peristiwa yang telah berlalu. Jadi, dokumen bukanlah catatan peristiwa yang terjadi saat ini dan masa yang akan datang, namun catatan masa lalu. Adapun menurut Guba dan Lincolin dalam Moleong (2002:161) dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau film dari *record* yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan dari seorang penyelidik.

Ditambahkan pula oleh Usman dan Akbar dalam Andi (2010:192) bahwa data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik pengamatan, dan wawancara cenderung merupakan data *primer* atau data yang langsung didapat dari pihak pertama.

Arikunto (2000:135), dokumentasi merupakan benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen, catatan harian, dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (2007:60), terdapat tiga teknik analisisi data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi Data

   Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian Data

   Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

   Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan

   .

3.8 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan bentuk batasan berkaitan dengan suatu kepastiaan bahwa yang berukur benar-benar merupakan variabel yang ingin di ukur. Keabsahan ini juga dapat dicapai dengan proses pengumpulan data yang tepat. Salah satu caranya adalah dengan proses triangulasi, yaitu tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Triangulasi adalah penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang suatu fenomena yang akan diteliti.

Triangulasi didefinisikan sebagai gabungan berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dengan sudut pandang dan perspektif yang berbeda. (Herdiansyah, 2010:144).

Ada 4 macam triangulasi Sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu :

1. Triangulasi data

   Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memeiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

   Adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing studi kasus

bertindak Sebagai pengamat *(expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

   Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memasuki syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori telah dijelaskan pada bab II untuk dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

4. Triangulasi metode

   Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis menggunakan triangulasi sumber data dan teori. dari sini, penulis mendapatkan data yang diperoleh dari beberapa sumber. data tesebut penulis dapatkan dari apa yang dikatakan *key informan* dan *informan*, apakah data yang diperoleh dari *key informan* dan *infroman* dapat dijadikan suatu keabsahan data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas penulis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. Saat ini CIMB Niaga merupakan bank terbesar keempat di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen. Saat ini mayoritas saham Bank CIMB Niaga dimiliki oleh CIMB Group. Bank CIMB Niaga merupakan bank pembayar (*payment bank*) KSEI terbesar dari nilai transaksi, dan dengan pangsa pasar 11% saat ini CIMB Niaga adalah bank penyedia kredit pemilikan rumah terbesar ketiga di Indonesia.

4.1.2 Sejarah CIMB Niaga

CIMB Niaga pertama kali didirikan pada tanggal 26 September 1955 sebagai bank swasta nasional dengan nama Bank Niaga. Setelah terbentuk, membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme karyawan menjadi perhatian utama bank. Pada tahun 1969, ketika sektor swasta di Indonesia dilanda krisis, Bank Niaga mampu bertahan dan berhak memperoleh jaminan dari Bank Indonesia. Bank Niaga kemudian merevisi rencana usahanya pada tahun 1974, dan berganti menjadi bank umum agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Pada tahun 1976 Bank Niaga meluncurkan Program Kredit Profesional, yaitu pinjaman bagi para profesional seperti ahli teknik, dokter, dan sebagainya. Selanjutnya, pada tahun1981-1982, Bank Niaga menjadi bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem perbankan jaringan *(online)* dan sistem jaringan kantor cabang. Langkah berikut yang ditempuh

Bank Niaga adalah membentuk jaringan unit usaha penukaran valuta asing resmi di sejumlah kantor cabang pada tahun 1985 beserta beragam produk baru. Pada tahun 1987, Bank Niaga membedakan dirinya dari pesaingnya di pasar domestik dengan menjadi Bank yang pertama menawarkan nasabahnya layanan perbankan melalui mesin ATM di Indonesia.

Pada Juni 1989 merupakan tahun Bank Niaga melakukan penawaran saham perdana sehingga menjadi perusahaan terbuka. Saham yang ditawarkan laris dibeli, dan saham yang dipesan mencapai empat kali lipat dibanding jumlah saham yang diterbitkan (20.9 juta saham).

Bank Niaga mulai menyediakan layanan bagi nasabah kelas menengah-atas pada tahun 1998, guna memperbesar jumlah nasabah.

Pada tahun 1999, Bank Niaga menjadi bank dibawah pengawasan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) karena dana pemegang saham untuk rekapitalisasi kurang dari 20%.

Commerce Asset Holdings Berhad (CAHB), yang sekarang dikenal luas sebagai CIMB Group Holdings Berhad, mengakuisisi saham Bank Niaga pada tahun 2002. Tahun 2007, seluruh kepemilikan saham berpindah ke CIMB Group sebagai bagian dari reorganisasi internal untuk mengkonsolidasi kegiatan seluruh anak perusahaan CIMB Group. Pada bulan Mei 2008, Bank Niaga resmi berubah nama menjadi Bank CIMB Niaga. Dalam rangka memenuhi kebijakan Single Presence Policy (SPP) yang ditetapkan Bank Indonesia, Khazanah Nasional Berhad sebagai pemilik saham mayoritas Lippo Bank dan juga saham pengendali Bank Niaga (melalui CIMB Group), melakukan penggabungan (merger) kedua bank tersebut secara resmi pada tanggal 1 November 2008 yang diikuti dengan pengenalan logo kepada masyarakat luas.

4.1.3 Visi dan Misi CIMB Niaga

4.1.3.1 Visi

Menjadi Perusahaan ASEAN yang terkemuka.

4.1.3.2 Misi

Menyediakan layanan perbankan universal di Indonesia secara terpadu sebagai perusahaan dengan kinerja unggul di kawasan ASEAN dan kawasan utama lainnya, serta mendukung percepatan integrasi ASEAN dan hubungannya dengan kawasan lain.

4.1.4 Filosofi CIMB Niaga

CIMB adalah singkatan dari kata *Commerce International Merchant Bankers*. Istilah *Commerce International Merchant Bankers* apabila disingkat yaitu menjadi CIMB. Akronim CIMB *(Commerce International Merchant Bankers)* merupakan singkatan tidak resmi dalam bahasa indonesia.

Akronim/ singkatan CIMB :

Nama diri/ kepanjangan : *Commerce International Merchant Bankers.*

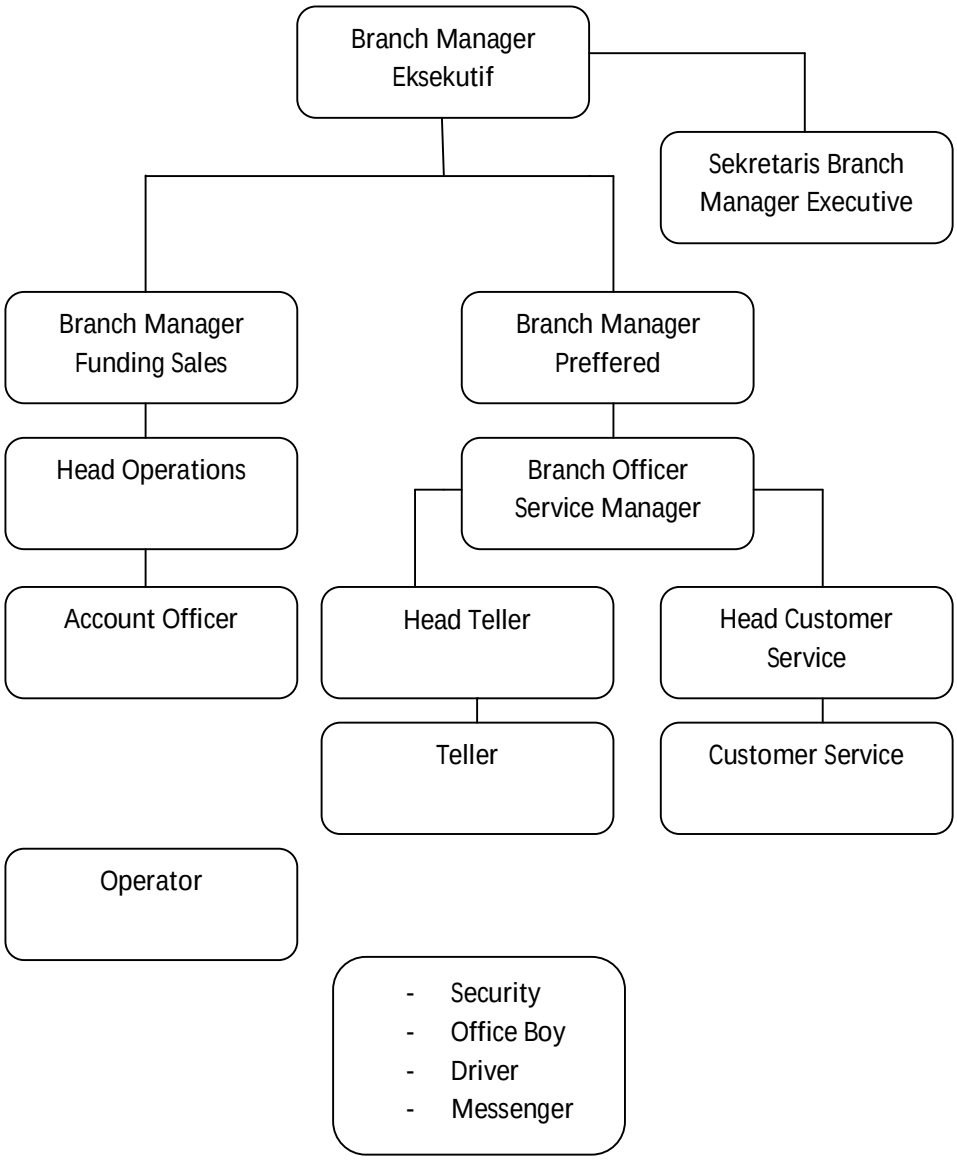
Kesimpulan 1 : CIMB adalah singkatan dari *Commerce International Merchant Bankers.*

Kesimpulan 2 : *Commerce International Merchant Bankers* adalah kepanjangan dari CIMB.

Kesimpulan 3 : *Commerce International Merchant Bankers* apabila disingkat menjadi CIMB.

Kesimpulan 4 : CIMB apabila dipanjangkan menjadi *Commerce International Merchant Bankers.*Sumber Informasi : *Compny Profile* Bank CIMB Niaga.

4.1.5 Struktur Organisasi



Berikut adalah tugas dan tanggung jawab dari setiap devisi PT Bank CIMB Niaga, antara lain :

1. *Branch Manager* Eksekutif
   - Seseorang yang tugasnya bertanggung jawab untuk memimpin dan *memanage* jalannya suatu perbankan khususnya cabang CIMB.
   - Mewakili Direksi Pusat menjalankan perusahaan di cabang CIMB.
   - Memberikan laporan kemajuan cabang kepada Direksi.
   - Mengambil semua tindakan yang diperlukan agar cabang berjalan lancar.
   - Menjalankan program perusahaan untuk cabang itu/ mengejar target.
   - Berhak atas promosi dan bonus jika cabang maju melebihi target.

2. Sekretaris *Branch Manager* Eksekutif
   - Mem*filter* informasi dan sebagai sumber informasi bagi pimpinan dan menjalankan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya.
   - Mengatur aktivitas cabang, mulai dari administrasi hingga *human relation.*
   - Menjadi perantara pihak-pihak yang ingin berhubungan dengan BME.
   - Menjadi mediator pimpinan dengan bawahan.
   - Memberikan ide-ide sebagai alternatif pemikiran pimpinan.
   - Pemegang rahasia penting pimpinan yang berkaitan dengan CIMB.

3. Branch Manager Funding Sales

   - Mencari nasabah yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke bank CIMB dalam bentuk produk yang ditawarkan.
   - Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankandan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu.
   - Bertanggung jawab pencapaian target bidang usaha *(funding).*
   - Dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, memiliki interpersonal skill yang baik.

4. *Branch Manager Preffered*
    - Menjual produk tabungan-tabungan regular dan prioritas kepada nasabah baru maupun nasabah lama.
    - Menjual produk simpanan jangka panjang kepada nasabah baru maupun nasabah lama.
    - Menjual produk deposito regular, prioritas dan *on call* kepada nasabah baru maupun nasabah lama.
    - Menjual produk bancassurance baik produk asli dari suatu bank maupun yang bekerja sama dengan perusahaan asuransi kepada nasabah baru maupun nasabah lama.
    - Memberikan pelayanan lebih kepada nasabah *corporate.*

5. *Head Operations*
    - Bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional di unit/ cabang dan melakukan fungsi kontrol dan supervisi terhadap pekerjaan *teller* dan *security.*
    - Membantu BME dalam pelaksanaan rencana kerja tahunan, rencana operasional dan pelayanan dengan mengikuti aturan *compliance* dan kontrol serta menjalankan dan mengikuti rencana kerja tersebut.
    - Bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan operasional di cabang serta dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan operational serta memonitor pelaksanaannya.

6. *Branch Officer Service Manager*
    - Mengawasi pelaksanaan prosedur operasional perbankan di cabang.
    - Menerima update proseduroperasional perbankan untuk kantor cabang dari kantor pusat.
    - Memahami tahapan/ data yang harus diisi oleh user di cabang,
    - Menyampaikan kepada user di cabang tentang tahapan prosedur yang baru, data yang harus diinput deadline dan teknis lainnya.
    - Membuat laporan pelaksanaan prosedur operasional perbankan di cabang.

7. *Account Officer*
    - Mencari calon debitur untuk kredit dan tabungan serta deposito.
    - *Interview* dan wawancara calon debitur serta pengisian aplikasi permohonan kredit.

- Menjelaskan perhitungan kredit kepada calon debitur.
- Memberikan penjelasan tentang peraturan dan ketentuan umum kredit yang berlaku di Bank.
- Menganalisa keuangan, arus kas, kebutuhan kredit serta tujuan penggunaan kredit dari caloin debitur.

8. Head Teller

- Mengelola kas besar dan alat likuid.
- Menghitung dan membagikan modal awal ke *teller* di awal hari.
- Mencocokkan jumlkah modal awal secara fisik dengan yang tertulis di *form* tanda terima modal awal.
- Memberikan *approval* atas transaksi tunai/ non tunai dalam batas kewenangannya.
- Melaksanakan layanan transaksi *pick-up service.*
- Menyelesaikan semua laporan harian setelah aktivitas transaksi tutup.
- Menandatangani laporan harian *cash*.
- Mengelola layanan transaksi melalui kas mobil, dll.

9. Teller

- Melayani penarikan, transfer, dan penyetoran uang dari pelanggan.
- Melakukan pemeriksaan kas dan menghitung transaksi harian menggunakan komputer dan mesin penghitung.
- Pemeriksaan kas dan membayarkan penarikan uang pelanggan setelah memverifikasi data.
- Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah dan periksa keakuratan slip setoran.
- Membantu dan melayani pelanggan terkait transaksi keuangan.
- Menyiapkan dan memverifikasi cek kasir,'mengatur uang yang diterima dalam kotak kas dan dispenser koin menurut dominasi, dll.

10. Head Customer Service

- Mengkoordinasikan personal yang menjadi tanggung jawabnya sesuai struktur organisasi baik dalam hal pekerjaan dan peningkatan kemampuan kerja.
- Mengawasi dan mengontrol kinerja *customer service.*
- Memberikan *approvel* untuk proses prosedur pembukaan rekening ataupun transaksi yang berhubungan dengan nasabah.

- Menandatangani cek dan bilyet giro bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dll.

11. Customer Service

- Memberikan informasi produk bank.
- Melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah.
- *Handling complaint*, melayani segala bentuk komplain dari nasabah.
- Melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa produk bank seperti transfer, inkaso, pemindahbukuan antar rekening nasabah.
- Melaksanakan tugas lainnya yang ditunjuk atasan.

12. Operator

- Meng*handle* keluar masuknya telepon.
- Menerima tamu.
- Menerima surat/ dokumen.
- Mengerjakan pekerjaan administrasi ringan.

13. Security

- Mengadakan peraturan dengan maksud menegakkan tata tertib yang berlaku dilingkungan kerja.
- Melaksanaan penjagaan dengan maksud mengawasi keadaan atau hal-hal yang mencurigakan disekitar lokasi kerja dan sekitar tempat tugasnya.
- Mengadakan pengawalan uang/barang apabila diperlukan.
- Memberikan tanda-tanda bahaya atau keadaan darurat melalui alarm atau kejadian lain yang membahayakan jiwa.

14. Office Boy

- Membersihkan dan merapihkan meja, kursi komputer dan perlengkapan lainnya.
- Menyediakan minuman untuk karyawan maupun tamu.
- Mengirim atau mengambil dokumen antar divisi.
- Melayani permintaan fotokopi/ *faksimile*.
- Membelikan dan menyiapkan makan siang karyawan.
- Membereskan piring, gelas dan perlengkapan makan karyawan.

15. Driver

- Mengemudikan dan merawat kendaraan bank.
- Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.

- Bertanggung jawab kepada ketua bagian umum.

16. Messenger

- Mengantar barang dan dokumen kantor sesuai dengan jadwal dan tugas pengantaran yang sudah ditentukan.

4.1.6 Produk CIMB Niaga

Produk–produk Bank CIMB Niaga secara garis besar yaitu :

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*), terdiri dari :
    a. Giro Perorangan
    b. Giro Institusi
    c. Tabungan Pendidikan
    d. Tabungan Ib Pendidikan
    e. Tabungan Masa Depan
    f. Tabungan Ib Masa Depan
    g. Tabungan Dollar
    h. Tabungan Haji Mudharobah
    i. Tabungan Umroh Mudharobah
    j. Tabunganku
    k. Tabungan CIMB Syariah
    l. Deposito Xtra
    m. Deposito Ib Mudharobah
    n. Tabungan Preffered
    o. Deposito Fullinves
    p. Dana Pensiun CIMB Niaga
2. Produk Pembiayaan (*Financing*), terdiri dari :
    a. KPR CIMB Niaga Xtra dan Syariah
    b. Auto CIMB Niaga
    c. Dana Porsi Haji
    d. Pembiayaan CIMB Niaga Umroh
    e. Pembiayaan Anggota Koperasi
    f. Pembiayaan Modal Kerja
    g. Pembiayaan LKM Syariah
    h. Pembiayaan Rekening Koran
    i. Pembiayaan Investasi
    j. Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

3. Jasa Layanan *International Banking*
    a. *Remmitance*
    b. *Trade Finance*
    c. *Investment Service*
    d. *Phone Banking* 24 Jam 14041
    e. SMS *Banking*
    f. CIMB *Clicks*
    g. *Go Mobile*
    h. Rekening Ponsel
    i. Internet *Banking*
    j. *Cash Management System*
    k. PC *Banking*
    l. KTA
    m. AIA
    n. CIMB *Sun Life*
    o. Transfer
    p. Reksadana
    q. MLD
    r. Pembayaran Zakat, dll.

4.1.7 Keuntungan dan Fasiltas CIMB Niaga

1. Gratis Rawat Inap Hingga Rp. 1 Juta/hari

    CIMB Niaga akan membayarkan biaya rawat inap juga memberikan perlindungan jiwa akibat kecelakaan, dan membayarkan biaya *medical check up* secara gratis tanpa adanya pembayaran premi. (Note : Untuk mendapatkan voucher *medical check up*, nasabah harus ada saldo akhir bulan selama periode kepesertaan sebesar minimal Rp. 100 Juta selama 6x atau sebesar Rp. 50 Juta selama 12x.

2. Bebas Biaya Apapun

    Tarik tunai di ATM Regional Bank CIMB. (Bagi nasabah yang punya saldo rata-rata bulanan Rp. 25 Juta nikmati bebas biaya administrasi bulanan dan transfer antar bank via CIMB *Clicks* dan *Go Mobile.*

3. Serunya *Shopping* dan Dining Sesukamu

   Xtra Untung Pakai Kartu Debit (Pakai kartu debit untuk *shopping* dan dining diberbagai merchant ternama jaringan Master Card dan nikmati berbagai diskon dan *cash back* menarik.

4. Pakai Poin Xtra, dapat uang gratis untuk bikin hidupmu fantastis. (Kumpulkan *point* dengan menabung rutin, transasksi dengan CIMB *Clicks, Go Mobile,* Rekening Ponsel, *Phone Banking* dan Kartu Debit mu setiap hari, juga dapatkan poin dari pembelian produk *wealth management*, transaksi dengan kartu Kredit CIMB Niaga dan untuk setiap pengajuan KPR dan KPM yang disetujui.

5. Transasksi Mudah kapanpun dan dimanapun.

- CIMB *Clicks* (Tersedia buat kamu bertransaksi mudah tanpa token dengan menggunakan mPin yang menjamin keamanan setiap transaksi-mu.
- *Go Mobile* (Lakukan berbagai transaksi pakai gadget andalanmu mudah, cepat dan aman.
- *Phone Banking* 14041 (Hubungi 14041 darimana saja dan agen kami siap membantumu 24 jam x 7 hari.
- ATM *Network* (Teruslah terhubung dengan CIMB Niaga di lebih dari 680 cabang di seluruh Indonesia dan di jutaan jaringan ATM di seluruh dunia (ATM CIMB Niaga, ATM Bersama/Prima, ATM CIMB Bank dan MEPS serta jaringan MaterCard/Cirrus). Nikmati fasilitas setor tunai kapan saja yang tersedia di beberapa cabang CIMB Niaga dan CIMB Niaga *Digital Lounge.*

-

4.1.8 Jenis Tabungan CIMB Niaga

1. Tabungan Transaksi

   Berbagai produk tabungan dengan keleluasan pilihan, diantaranya :

   a. Tabungan CIMB Niaga Xtra

      Tabungan bebas biaya yang memberikan berbagai keuntungan xtra (Gratis rawat inap hingga 1 juta/hari, bebas biaya administrasi, bebas biaya transfer antar bank via CIMB *Clicks*

dan *Go Mobile*, Bebas biaya tarik tunai di berbagai jaringan ATM, Dapat Poin Xtra, uang gratus buat shopping dan dining).

b. CIMB Niaga Hypermart Savers

Belanja hemat di Hypermart dan Foodmart dengan berbagai keuntungan lain yang menambah keseruan berbelanja. (*Cashback* 10 % setiap hari, bebas biaya administrasi, transaksi mudah dengan CIMB *Clicks* dan *Go Mobile*).

c. CIMB Niaga Air Asia Savers

Saatnya nikmati liburan hemat dengan cara yang smart. (*Cashback* 10% dan gratis Airasia *Big Point*).

d. *On Account Powered* by XL

Tabungan untuk kamu yang selalu eksis dan dinamis (Gratis 2GB data setiap bulan, bebas biaya administrasi, transaksi mudah dengan CIMB *Clicks* dan *Go Mobile*, dapat *point* xtra, uang gratis buat *shopping* dan dining).

e. Tabungan Usaha

Tabungan usaha menjadi pilihan menabung yang sekaligus menguntungkan bagi usaha anda (Bunga tinggi hingga setara deposito, *Free* transfer via *counter*, Clicks dan Go Mobile, *Free Pick up service* untuk melakukan setor tunai).

f. Tabungan Xtra Payroll

Tabungan untuk kemudahan pembayaran payroll perusahaan sekaligus memberi manfaat bagi karyawan (Gratis tarik tunaidi ATM mana saja, Dapat poin Xtra untuk *shopping* dan dining, berbagai promo dari kartu debit).

g. Tabungan Xtra Valas

Pilihan menabung dengan mata uang asing yang nyaman dan menguntungkan. (Suku bunga dan kurs kompetitif, bebas biaya tarik dan setor Bank *Notes*, berbagai pilihan mata uang).

h. Tabunganku

Tabungan pribadi dalam rangka menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan. (Bebas biaya administrasi, fasilitas kartu ATM Dan *passbook*, akses mudah melalui *Go Mobile* dan Cimb *Clicks*).

2. Tabungan Anak dan Perencanaan
Solusi pembiayaan terbaik untuk buah hati anda.

a. Tabungan CIMB *Junior*

Mari ajari si kecil menabung sejak dini dengam tabungan yang paling asyik dan seru. (Festival fantasi *junior*, petualangan CIMB Junior, dan Poin Junior).

b. Tabungan Pendidikan Xtra

Suku bungan menarik hingga 5%, jaminan uang penghasilan 5x setoran rutin bulanan, jaminan dana pendidikan hingga jatuh tempo.

c. Tabungan Pendidikan

Suku bunga menarik hingga 6%, jaminan dana pendidikan s.d 1,69M, bebas menentukan setoran rutin bulanan dan tanggal jatuh tempo.

d. Tabungan Pendidikan USD

Suku bunga hingga 0,75 %, jaminan dana pendidikan s.d 12.300, gratis premi dari perlindungan asuransi.

e. Tabungan Mapan

Apapun kebutuhan anda, wujudkan dengan tabungan yang memberikan beragam kemudahan dengan sistem setoran rutin bulanan. (Bebas biaya jangka waktu dan jumlah setoran rutin bulanan, suku bunga menarik, gratis perlindungan asuransi).

f. Tabungan Simpel

Menabung ya simpel aja. Ayo belajar menabung untuk mencapai cita-cita. (Bebas biaya administrasi, mudah dan nyaman, dan bisa dipakai untuk bayar uang sekolah).

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Strategi *Customer Service* Bank Cimb Niaga Cabang Bintaro Meningkatkan loyalitas *Customer*

Strategi *customer service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yaitu dimana *customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia.

Seringkali *customer service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro diumpamakan sebagai pintu gerbang suatu bank, oleh karena itu fungsi dan tugas utama dari bagian *customer service* itu sendiri yaitu menjembatani berbagai kepentingan nasabah serta posisinya sebagai unit kerja pertama yang harus didatangi dan dihubungi oleh calon nasabah pada saat yang bersangkutan memutuskan untuk memulai hubungan dengan bank.

Sesuai dengan fungsi dan tugas utamanya, *customer service* diharapkan untuk dapat mengimplementasikan pola layanan *"One Stop Service"* yang mempunyai arti bahwa nasabah atau calon nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* saja dalam berhubungan dengan bank, yaitu untuk mendapatkan informasi maupun layanan jasa produk bank.

Dalam menjabarkan hasil penelitian, peneliti akan menguraikan berdasarkan wawancara yang mendalam kepada Key Informan Ibu Ratih Puspitaningrum selaku Head Customer Service Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yang berinteraksi langsung kepada para customer/ nasabah agar tercipta hubungan yang baik dengan nasabah yang saling membutuhkan dan menguntungkan.

Berikut Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Ratih Puspitaningrum selaku *Head Customer Service*.

Bagaimana strategi *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro agar nasabah loyal?

> *"Strategi customer service Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sesuai SOP ya tentunya, dengan melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan, memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit/tabungan".*

Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Ratih mengenai strategi *customer service* sesuai dengan SOP, maka dari itu strategi disini sudah diterapkan, dijalankan dengan semaksimal mungkin sehingga nasabah loyal terhadap Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Mengenai hasil strategi yang digunakan oleh *customer service* bank CIMB Niaga cabang bintaro sesuai dengan hasil wawancara peneliti kepada *key informan*. Berikut adalah penjabaran strategi hasil wawancara *key informan* Bank CIMB Niaga cabang bintaro.

Bagaimana *customer service* cabang bintaro dalam melakukan investigasi atau menangani setiap permasalahan *customer*?

> *"Disini dalam menangani keluhan customer, seorang customer service memahami makna apa yang disampaikan oleh nasabah, memahami motifnya sejauh mana customer service menanggapi komplain customer, memahami dampaknya, membuat customer merasa lebih dekat dengan cs dan mencari solusi yang tepat, jangan terlalu lama karena nasabah ingin cepat ada kejelasan, buat customer senang seakan mereka merasa dihargai, empati dan dengan sifat yang ramah, meminta kerjasama yang baik agar mendapatkan feedback yang positif dari customer".*

Dari hasil wawancara ibu Ratih Pustpitaningrum selaku *Head Customer Service* cabang bintaro dalam setiap menangani komplain nasabah harus profesional dari mulai memahami makna nasabah sampai dengan nasabah memberikan *feedback* yang positif dengan tujuan agar nasabah tidak kecewa dan selalu diperhatikan serta di utamakan kepentingannya dengan maksud meningkatkan loyalitas *customer.*

Apakah sudah melayani nasabah sampai tuntas disaat nasabah mengalami kesulitan informasi? Sebagaimana yang telah Ibu Ratih sampaikan bahwa:

> *"Harus selalu sampai tuntas agar tidak mengecewakan nasabah. Customer service berperan sangat penting sebagai penghubung antara pihak bank dengan nasabah, jadi disaat nasabah itu mengalami kesulitan informasi customer service selalu memberikan yang terbaik dan solusi terbaik untuk nasabah kita."*

Dari jawaban yang disampaikan oleh Ibu Ratih bahwa beliau melayani nasabah harus sampai tuntas karena memang itu kewajiban seorang *customer service* agar nasabah tidak kecewa dengan pelayanan yang *customer service* berikan. Selain itu *customer service* juga harus melayani nasabah yang mengalami kesulitan informasi sekaligus sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan bank.

Bagaimana cara penyampaian informasi yang diberikan kepada nasabah?

> *"Informasi yang kami berikan adalah produk-produk yang sesuai dengan keinginan nasabah dan sudah barang tentu dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipahami"*.

Dari penuturan yang Ibu Ratih berikan bahwa penyampaian informasi yang diberikan oleh *customer service* adalah produk-produk bank yang sesuai dengan keinginan nasabah dan produk yang diberikan itu sudah barang tentu. Jadi produk yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah dan *customer service* menyampaikannya dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipahami oleh nasabah.

Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah?

> *"Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani). Jadi sebagai pegawai di bank khususnya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro kita harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank kita."*

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Ratih selaku head *customer service* di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro bahwa seorang *customer service* itu harus memberikan pelayanan yang baik yang sesuai dengan SOP dan juga SALAM agar nasabah tetap nyaman. Jadi seorang *customer service* yang dibutuhkan oleh bank yang mampu memberikan pelayanan maksimal.

Apakah sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk *nasabah?*

> *"Harus sudah, karena kewajiban seorang customer service adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu kami memberikan pelayanan dengan baik, dengan bersikap sopan, ramah dan telaten dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank."*

Dari penjelasan Ibu Ratih bahwa seorang *customer service* harus sudah memberikan pelayanan yang maksimal karena dengan memberikan pelayanan yang maksimal nasabah bisa tetap menggunakan jasa-jasa dari bank tersebut dan nasabah merasa nyaman. Dengan sikap yang sopan, ramah, telaten nasabah pasti tidak akan beralih ke bank lain karena bank memberikan apa yang nasabah butuhkan.

Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank CIMB Niaga cabang Bintaro? Dari hasil wawancara dengan Ibu Ratih yaitu:

> *"Kendala yang dihadapi nasabah disini karena kita merupakan cabang besar SDM customer service disini kurang, tetapi kami bisa mengatur dan memanage semua kendala karena memang pelayanan seorang customer service disini dikondisikan untuk membantu kendala nasabah."*

Dari pemaparan yang Ibu Ratih sampaikan dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala dalam menghadapi nasabah pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro kekurangan *staff customer service,* karena Bank CIMB Niaga cabang Bintaro merupakan cabang besar, akan tetapi strategi *customer service* di atur dengan baik, karena memang tugas *customer service* disini dikondisikan untuk membantu kendala nasabah yang datang ke bank.

Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan lima informan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Untuk wawancara dalam penelitian ini peneliti memilih nasabah aktif Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yang berdomisili di wilayah Tangerang. Adapun jumlah nasabah yang ditentukan sebagai terwawancara adalah sebanyak 5 orang nasabah. Setiap nasabah diwawancarai untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan peneliti.

Hasil wawancara dengan para *customer*/ nasabah bank CIMB Niaga mengenai :

Strategi *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Bagaimana tanggapan Bapak/ Ibu mengenai pelayanan *customer service* CIMB Niaga cabang Bintaro?

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *"Selama saya menjadi nasabah disini, saya merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak customer servicenya, setiap pertanyaan saya selalu dijawab dengan jelas".*

Informan II Ibu Sekar Ayu :

> *"Saya adalah customer CIMB Niaga, untuk pelayanannya disini menurut saya baik, cepat, tanggap dan selalu memberikan saya solusi dan respon yang cepat".*

Informan III Bapak Tri Mulyo :

> *"Menurut saya mengenai pelayanannya baik, ramah dan sopan terhadap nasabah, dan sangat nyaman bila saya datang kesini karena fasilitas yang disediakan juga membuat saya tidak bosan."*

Informan IV Saudara Arul Rahman :

> *"Bagi saya pelayanan di sini agak lama mas. Customer servicenya kurang, jadi lama nungguinnya".*

Informan V Ibu Ratih Dewiyanti :

> *"Saya nasabah setia CIMB Niaga cabang ini, saya sangat suka dengan pelayanannya disini, sangat menghargai nasabah sehingga saya percaya untuk tetap menabung dan investasi disini, tidak pernah mengecewakan bagi saya."*

Dari pemaparan yang disampaikan oleh kelima informan bahwa. *Customer service* disini melayani dengan penuh kesabaran dan ketlatetan, jika ada nasabah yang bertanya didengarkan baik-baik dan dijawab pula dengan baik-baik. Jadi itu sudah mencerminkan pelayanan yang baik yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga cabang Bintaro terhadap para nasabahnya. Selain *customer service* ada hal lain yang mendukung yaitu adanya kenyamanan dalam bertransaksi yang didukung oleh fasilitas yang nyaman dan lengkap, hanya saja sisi negatifnya kurang berkinerja secara SDM di CIMB Niaga.

Apakah *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah kompeten dalam bidangnya?

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *"Ya..bagi saya sih cukup kompeten yah, kalo setiap ada permasalahan selalu ditangani dengan baik".*

Informan II Ibu Sekar Ayu :

> *"Iya, buktinya kalau nasabah mengadu customer service bisa menangani permasalahan yang nasabah keluhkan dan juga selalu cepat tanggap dengan kemampuannya dalam melayani nasabah. Menurut saya customer service disini dalam menyelesaikan masalah yang selalu bersikap sopan, ramah dan teliti mendengarkan keluhan kita."*

Dari pemaparan yang dijelaskan oleh Ibu Lina Ahlina dan Ibu Sekar Ayu bahwasanya dengan salah satu sikap yang dimiliki *customer service* yang berkompeten bisa menjadi salah satu alternative pemecahan masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis *customer service* akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki *customer service* bisa bersikap sopan, ramah dan tekun serta teliti, sabar menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

Infroman III Bapak Tri Mulyo :

> *"Iya, tapi kadang-kadang belum misalkan lambat dalam pelayanan jika terlalu banyak nasabah yang datang, tapi saya emjoy saja karena kerjasama disini baik, kalo customer service ramai, marketing selalu membantu saya transaksi ataupun penempatan saving."*

Dari sedikit penuturan yang disampaikan oleh Bapak Tri Mulyo terkadang *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro dalam pelayanannya masih lambat ketika banyak nasabah yang datang meskipun begitu *customer service* sudah memberikan pelayanan sebaik mungkin, senyaman mungkin untuk nasabah.

Dalam pelayanan, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan prima dan maksimal kepada *customer*nya, agar *customer* tetap menjadi pelanggan setia CIMB Niaga, guna mencapai suatu tujuan yang baik. Berikut adalah pertanyaan peneliti tentang pelayanan disini.

> Apakah bagian *Customer Service* CIMB Niaga cabang Bintaro memberikan pelayanan yang maksimal?
>
> Informan IV Saudara Arul Rahman :
>
> *"Masih kurang mas ! karena setiap saya dataeng ke sini pasti nungguinnya lama... mungkin karena mereka selalu mementingkan nasabah prioritas saja."*

Dari pemaparan Saudara Arul Rahman dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer service* di Bank CIMB Niaga Bintaro belum memberikan pelayanan yang maksimal karena *customer service* cimb niaga lebih mementingkan nasabah prioritas daripada nasabah baru.

> Bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan oleh bagian *customer service?*
>
> Dipaparkan oleh Informan V Ibu Ratih Dewiyanti :
>
> *"Penyampaian informasi yang selama ini sering menjadi masalah pada bank-bank, tapi menurut saya di Bank CIMB Niaga Bintaro dilakukan dengan cepat dan tepat serta penyampaian informasinya sangat mudah dipahami"*.

Dari pemaparan yang telah dijelaskan oleh Ibu Ratih Dewiyanti bahwa terkadang penyampaian informasi juga mengalami kendala, mungkin karena nasabah awam dalam dunia perbankan. Itu menjadi salah satu tugas penting yang harus dilakukan oleh *customer service* yaitu menjelaskan dengan pelan, sabar, telaten dan teliti kepada para nasabah agar transaksi yang dilakukan antara

nasabah dan bank khususnya Bank CIMB Niaga Bintaro dapat dilakukan secara tepat dan cepat dan semua kegiatan menjadi mudah dan lancar serta Bank CIMB Niaga Bintaro ini dalam menyampaikan informasi sudah sangat mudah dipahami.

Apakah *Customer Service* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro, melayani sampai tuntas dalam setiap permasalahan nasabah?

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *"Ya, saya pernah mengalami kesulitan tapi saya dibantu dari awal sampai akhir saya melakukan transaksi di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini. Para karyawan salah satunya customer service menurut saya pintar-pintar, tanggung jawab menyelesaikan tugasnya sampai tuntas,"*

Informan II Ibu Sekar Ayu :

> *"Kalo ada kendala yang saya tidak tahu, saya selalu banyak tanya sih sama customer servicenya, tapi alhamdulillah selalu dijawab semua dan saya dilayani sampai saya benar-benar mengerti, good job deh pokonya,"*

Dari pemaparan kedua informan tersebut pernah mengalami kesulitan, mereka dibantu menyelesaikan masalah serta keluhannya dengan sabar oleh *customer service* dari awal sampai akhir.

Salah satu ciri dari pelayanan seorang *customer service* yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Dan juga para *customer service* yang berkompeten, pintar dan memiliki pengetahuan yang luas yang bisa membuat para nasabah merasa dianggap sebagai raja.

Bagaimana mengenai produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh CIMB Niaga cabang Bintaro ini?

Informan III Bapak Tri Mulyo :

> *"Wah tentunya banyak sekali yah disini, jadi bagi saya sendiri terkadang ingin semua memiliki produk yang ditawarkan CIMB ini, karena hadiahnya menarik dan keuntungan tersendiri bagi saya, hahaha."*

Informan IV Saudara Arul Rahman :

> *"Banyak yang pasti, tapi saya kurang tahu apa saja."*

Informan V Ibu Ratih Dewiyanti :

> *"Fasilitas disini yah nyaman sekali, betah saya disini nasabah seperti raja. Saya punya banyak tabungan disini, makanya tidak bosan juga setiap customer service menawarkan produk baru, saya selalu buat tertarik dengan programnya."*

Dari pemaparan informan diatas, bahwa CIMB Niaga Bintaro memiliki produk dan fasilitas yang unggul, menarik dan menguntungkan bagi setiap *customer*/ nasabahnya. *Customer service* CIMB Niaga Bintaro sudah efektif dan efisien berkomunikasi dalam menyampaikan informasi, hanya saja ada beberapa informan yang kurang mengetahui lingkungan CIMB Niaga yang seperti sudah dikatakan oleh *informan* IV saudara Arul Rahman yang tidak begitu mengetahui apa saja produk dan bagaimana fasilitas di dalam CIMB Niaga cabang Bintaro tersebut.

> Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki *attitude* yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *"Yah kalo buat saya, disini ramah tamah, sopan santun, mulai dari staff security nya aja melayani nasabah secara maksimal. Makanya saya sering banget datang kesini, kadang kalo ada problem juga customer service CIMB Niaga disini, langsung menghubungi saya"*.

Informan II Sekar Ayu :

> *"Baik, profesional, ramah tamah, senyum sapa, saya percaya dengan CIMB Niaga Bintaro ini, dari orangtua saya sudah banyak saving disini, saya juga ada pinjaman autofinance disini, bunganya kecil, makanya saya merasa aman dengan CIMB Niaga."*

Informan III Tri Mulyo :

> *"Top deh disini mah, mulai dari customer service nya cantik, anggun attitude nya pun sesuai dengan wajahnya mas, bagi saya bank yang memiliki tingkat kualitas pelayanan yang good*."

Informan IV Arul Rahman :

> *"Pelayanan lambat dan seperti yang saya bilang tadi sesalu terlihat mengutamakan nasabah prioritas saja, ketimbang saya yang hanya seorang Grab."*

Informan V Ratih Dewiyanti :

> *"Good Excellent."*

Dari pemaparan *informan* tersebut empat diantaranya beranggapan bahwa pelayanan dan *attitude customer service* CIMB Niaga cabang Bintaro sudah baik dalam melayani *customer*nya, hanya saja ada satu *informan* yang merasa kurang puas terhadap pelayanan tersebut. Dari tanggapan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa CIMB Niaga perlu mengoptimalkan pelayanan terhadap nasabah dan perlu ditingkatkan lagi mengenai pelayanan dan tidak terlihat pilih kasih dalam melayani nasabah sehingga tidak terjadi lagi keluhan seperti yang telah disampaikan oleh informan IV kepada peneliti mengenai kekurangpuasannya terhadap pelayanan di CIMB Niaga.

4.2.2 Loyalitas *Customer* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro

Dalam menjaga hubungan yang baik dengan para *customer*/ nasabah tentunya Bank cimb Niaga cabang Bintaro harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya, memaparkan informasi dengan jelas dan mampu menangani setia komplaint ataupun setiap permasalahan bagi nasabahnya agar nasabah menjadi loyal terhadap Bank CIMB Niaga dan menjadi nasabah setia Bank CIMB Niaga Bintaro. Berikut pemaparan wawancara dengan *customer*/ nasabah CIMB Niaga.

Berikut akan disampaikan oleh Ibu Ratih puspitaningrum selaku *Head Customer Service* CIMB Niaga Bintaro dalam menjaga loyalitas terhadap nasabah.

> *"Dalam menjaga loyalitas nasabah tentunya saya sebagai divisi Head customer service, selalu menuntun dan mengawasi staff customer service disini, menekankan pada bentuk pelayanan yang maksimal, bersikap ramah, sopan, dan menghargai setiap nasabah, tidak kami bedakan. Selain itu kami juga menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang maksimal sehingga nasabah merasa nyaman dan senang dengan CIMB Niaga cabang Bintaro ini".*

Bagaimana tingkat loyalitas pada CIMB Niaga cabang Bintaro?

> *"Sesuai Indeks loyalitas nasabah setiap tahunnya, CIMB Niaga cabang Bintaro ini selalu nomor satu di seluruh Area South cabang CIMB Niaga, sudah terbukti sangat banyak penghargaan yang diberikan oleh direksi CIMB Niaga untuk cabang kami, semua itu karena kerjasama yang baik antar para karyawan, dan tentunya tidak lepas dari peran nasabah yang sangat berarti untuk Bank CIMB Niaga Bintaro ini".*

Dari hasil wawancara peneliti kepada Ibu Ratih selaku Head Customer Service mengenai loyalitas Bank CIMB Niaga cabang bintaro, dapat disimpulkan bahwa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini sudah memberikan

kepuasan kepada nasabah, sudah loyal terhadap nasabah, telah terbukti Bank CIMB Niaga ini berada diposisi nomor satu di Area South dan telah banyak penghargaan yang dicapai, itu semua tidak lepas dari peran dan strategi *customer service* dan tentunya para nasabah yang menjadi acuan utama untuk meningkatkan loyalitas pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti kepada lima *informan customer/* nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Apakah Bapak/ Ibu sudah Loyal menjadi *customer/* nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *"Saya sudah termasuk nasabah yang loyal di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi termasuk menabung disini dan saya menyimpan uang saya juga di bank ini".*

Informan II Ibu Sekar Ayu :

> *"Loyal tentu, tabungan saya disini banyak, deposito, setiap transaksi selalu kesini, saya juga pengguna card center setia CIMB Niaga dari dulu loh."*

Dari pemaparan yang disampaikan oleh kedua informan diatas bahwa nasabah yang menggunakan jasa perbankan di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini sudah termasuk loyal. Itu bisa dilihat di indeks loyalitas nasabah yang setiap tahun selalu bertambah, dan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro selalu berada di tingkat atas di area south. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal maka nasabah akan senantiasa dan akan tetap loyal menggunakan produk serta jasa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sebagai sarana bertransaksi dan tidak berpindah ke bank lain.

Bagaimana loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

Informan III Bapak Tri Mulyo :

> *"Ya sudah jelas, saya pun sangat percaya dengan CIMB Niaga disini makanya saya menyimpan hampir sebagian uang saya disini".*

Dari penuturan yang disampaikan oleh Bapak Tri Mulyo bahwa beliau menyimpan sebagian uang tabungannya hampir sebagian besar di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, jadi bisa disimpulkan bahwa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro mampu memikat para nasabahnya untuk menyimpan uangnya di bank tersebut dan dengan pelayanan yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabah pun akan tetap nyaman dan loyal pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Apakah puas dengan pelayanan *customer service* dan tetap loyal menjadi nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

Informan IV Arul Rahman :

> *"Saya masih belum bisa berkata puas terhadap pelayanan disini menurut saya disini pilih kasih maka dari itu saya kurang nyaman tetapi disisi lain pihak perusahaan saya sudah bekerjasama dengan CIMB Niaga sehingga mau tidak mau saya harus tetap datang kesini karena di sini pula cabang terdekat bagi saya."*

Informan V Ibu Ratih Dewiyanti :

> *"Iya, saya puas sekali dan tetap ingin menabung disini. Aman dan pelayanannya baik, kalau bisa baik terus begini bisa rame disini. Teman-teman saya juga tak suruh menabung disini karena tidak menggunakan bunga, tetapi pakai bagi hasil mas."*

Dari penuturan yang disampaikan oleh kedua informan tersebut, nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, mereka ada yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*, dan ada juga yang merasa kecewa sehingga merasa kurang puas terhadap pelayanan CIMB Niaga cabang Bintaro tersebut. Sehubung dengan tanggapan berdasarkan tanggapan dasri sisi negatifnya bahwa CIMB Niaga perlu menguasai nilai kesederhanaan dalam melayani nasabah, karena disana

tidak hanya nasabah kalangan “atas” saja yang bertransaksi dan nasabah yang prioritas saja, tetapi banyak juga kalangan menengah kebawah yang perlu dilayani secara maksimal sehingga tidak menodai citra perusahaan yang mulai dikenal di negeri ini.

Informan I Ibu Lina Ahlina :

> *“Iya, saya puas jadi saya ingin setia bertransaksi di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, alasannya ya karena pelayanannya cepat dan memuaskan saya.”*

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Lina Ahlina bahwasanya beliau puas akan pelayanan yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, dengan kepuasan yang beliau dapatkan beliau ingin tetap menjadi nasabah bank tersebut. Kepuasan beliau didorong oleh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *customer service*. Salah satu nasabah CIMB Niaga Bintaro Informan II Ibu Sekar Ayu menjawab :

> *“Iya, saya juga sangat puas, puas dengan pelayanannya, tempatnya nyaman, tenang dan para pegawainya ramah dan bersahabat dengan nasabah, jarang-jarang pegawai bank seperti itu, jadi saya tetap ingin memanfaatkan jasa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro”*.

Dari penuturan yang disampaikan oleh Ibu Sekar Ayu selaku nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, beliau merasa sangat puas dan nyaman atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, kepuasan tersebut dapat tercipta karena didorong oleh tempat yang nyaman, tenang, dan para pegawai yang ramah serta bersahabat dengan para nasabah. Dengan kepuasan yang beliau peroleh maka tidak ada alasan untuk tidak terus menggunakan jasa perbankan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Sebagai nasabah apa status anda di Bank CIMB Niaga Bintaro?

Informan III Bapak Tri Mulyo memaparkan :

> *“Saya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sebagai nasabah penabung. Saya menabung disini karena saya merasa nyaman dan aman serta disini tidak menggunakan sistem bunga tapi bagi hasil.”*

Dari pemaparan Bapak Tri Mulyo bahwa beliau di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sebagai nasabah penabung karena beliau merasa aman dan nyaman menitipkan sebagian uangnya di bank tersebut dan sistem yang digunakan adalah sistem bagi hasil.

Mengapa memilih CIMB Niaga cabang Bintaro untuk menyimpan uang ataupun untuk menggunakan produk serta fasilitasnya?

Disampaikan oleh Informan V Ibu Ratih Dewiyanti :

"Saya memilih CIMB Niaga disini, karena produknya sesuai dengan apa yang saya mau loh, dan juga akses CIMB Niaga sangat mudah, banyak akses via online maupun internet banking yang sangat membantu saya, makanya saya insa allah tetap menjadi nasabah setia disini seterusnya."

Dari penuturan Ibu Ratih Dewiyanti diatas bahwa nasabah yang menabung Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini kebanyakan produknya sesuai dengan kebutuhan nasabah dan menabung di CIMB Niaga cabang Bintaro ini mudah, nyaman dan aman sehingga nasabah tetap loyal.

4.2.3 Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini Strategi *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *Customer,*

yaitu :

1. Strategi *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sesuai SOP, melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan, memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit/tabungan, serta pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani). Jadi sebagai pegawai di bank khususnya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro kit

harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

2. Dalam menjaga loyalitas nasabah, *customer service* Bank CIMB Niaga cabang bintaro menekankan pada bentuk pelayanan yang maksimal, bersikap ramah, sopan, dan menghargai setiap nasabah, tidak kami bedakan. Selain itu kami juga menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang maksimal sehingga nasabah merasa nyaman dan senang dengan CIMB Niaga cabang Bintaro.

4.3 Pembahasan

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir, 2005:179).

Menurut Kasmir dalam bukunya Etika *Customer Service* (2004 : 98), ada beberapa peranan dalam *customer service*, sebagai berikut :

A. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.

B. Memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa bank dalam hal ini customer service menjawab pertanyaan nasabah mengenai pelayanan jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang layanan jasa perbankan.

C. Menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit maupun tabungan.

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2005:182) : Sebagai Resepsionis, sebagai Deskman, sebagai Salesman, sebagai *Customer Relation Officer*, dan sebagai Komunikator

Customer service Bank CIMB Niaga cabang bintaro memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan yang baik dengan para *customer*/ nasabah. Strategi *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yaitu Strategi *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sesuai SOP, dengan memberikan pelayanan prima, mampu menyelesaikan dan menangani setiap keluhan dan permasalahan nasabah, dapat menyampaikan komunikasi dengan jelas, memberikan kelancaran nasabah dalam setiap hal yang diinginkan nasabah, dan mempunyai *attitude* yang baik, sopan, ramah, senyum, dan semangat bekerja serta pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Luwes, Antusias, Melayani). Jadi sebagai pegawai di bank khususnya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro kita harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Srategi *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro secara fungsional sudah berjalan dengan baik. Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah membina

hubungan yang baik dengan para *customer*/nasabahnya baik berupa pelayanan, kualitas produk dan jasa yang ditawarkan, *attitude* dari *customer service,* dan sarana serta prasarana yang disediakan oleh Bank CIMB *Niaga* cabang Bintaro.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro bahwasanya, strategi *customer service* terhadap nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro itu sangatlah penting, menjadikan pelayanan menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan didunia 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.

Diantara kemudahan yang diberikan oleh *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yaitu:

a. Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang transaksi Bank CIMB Niaga cabang Bintaro menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang para nasabah dan pegawainya merasa nyaman melakukan transaksi, memberi kenyamanan dan kemudahan dalam tiap transaksi.
b. Melayani secara cepat dan tepat

   Pelayanan yang diberikan oleh Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yaitu dengan pelayanan yang cepat dengan tersedianya ATM, SMS

banking, CIMB Clicks, Rekening Ponsel, Internet Banking, Go Mobile dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan sangat bersahabat sehingga tepat sasaran.

c. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah Masyarakat atau nasabah Bank cimb Niaga cabang Bintaro umumnya adalah nasabah yang ingin selalu diperhatikan dan sebagai raja yang oleh karena itu *customer service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro melayani dengan penuh kesabaran, ketelatenan, menjelaskan agar para nasabah paham dari awal sampai dengan akhir, penghargaan diri yang diberikan oleh para *customer service* akan memberikan timbal balik yang besar dari nasabah.

d. Jika nasabah bertanya dijawab dengan jelas dan dengan senyum, sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang Sehubungan dengan nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro adalah nasabah yang belum sepenuhnya tahu mengenai dunia perbankan, maka secara otomatis banyak nasabah yang akan mengadu dan bertanya kepada *customer service* dan dari pemaparan yang peneliti lakukan bahwa *customer service* pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki kepribadian yang baik dimana dalam melayani nasabah selalu bersikap baik apabila bertanya dijawab dengan jelas dan tepat sehingga mudah dipahami dan dimengerti, penuh senyum, sikap sopan santun serta selalu berlaku tenang, tidak gegabah dalam setiap keputusan, apabila tidak mampu menyelesaikan masalah segera

meminta bantuan pegawai lain yang mengerti sehingga permasalahan segera bisa diatasi.

e. Memiliki pegawai yang berkompeten

Pegawai atau *customer service* yang berkompeten merupakan salah satu kunci alternative pemecahan masalah, karena dengan kompetensi yang dimiliki otomatis *customer service* akan selalu dengan cepat tanggap dan secara tepat dengan kemampuannya melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki customer.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Demikian pula dengan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui strategi *customer service.* Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa nasabah mengenai loyalitas nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro dapat diketahui bahwa keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, menunjukan adanya kepuasan atas layanan yang diberikan selama ini. Terciptanya kepuasan nasabah menunjukan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank CIMB Niaga cabang bintaro.

Pihak nasabah dalam kondisi ini merasakan bahwa bank lainnya belum tentu mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan bank CIMB Niaga cabang Bintaro. Hal ini terlihat dari jawaban para nasabah yang menyatakan bahwa mereka menyimpan sebagian uang tabungannya hampir sebagian besar di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, jadi bisa disimpulkan bahwa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro mampu memikat para nasabahnya untuk menyimpan uangnya di bank tersebut dan dengan pelayanan yang maksimal, fasilitas yang memadai nasabahpun akan tetap nyaman dan loyal pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Strategi *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII meningkatkan loyalitas *customer,* adalah sebagai berikut :

1. Strategi *customer service* cabang bintaro sesuai dengan SOP (Standar Operasional Perusahaan) sudah berhasil dan mampu mengambil hati para *customer/* nasabahnya dengan pelayanan yang baik, prima, cepat, tanggap, mendengarkan dan memberikan solusi yang baik untuk setiap permasalahan nasabah. Sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah, maka dari itu nasabah loyal terhadap Bank CIMB Niaga cabang Bintaro serta produk/ jasa yang beragam menguntungkan dan bermanfaat bagi para nasabahnya, sehingga pendapatan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro mencapai target yang diharapkan. Fasilitas sarana dan prasarana yang baik tentunya membuat para customer/ nasabah merasa nyaman.
2. Mengenai loyalitas nasabah di CIMB Niaga *Customer service* bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga nasabah sudah loyal terhadap CIMB Niaga. Namun perlu diketahui oleh manajemen CIMB Niaga khususnya cabang Bintaro bahwa ada informan yang merasa dibedakan dengan nasabah lain, sehingga beliau merasa kurang puas terhadap pelayanan

CIMB Niaga cabang Bintaro. Sehubung dengan tanggapan informan yang merasa kurang puas tersebut, maka pihak CIMB Niaga cabang Bintaro harus terus mengoptimalkan pelayanan sehingga tingkat kepuasan dan loyalitas *customer* semakin meningkat dan bukan malah berpindah ke bank lain.

5.2 Saran

Secara keseluruhan strategi yang dilakukan *Customer Service* cabang Bintaro sudah sangat baik, terbukti dengan beberapa penghargaan. Namun semakin banyaknya penawaran fasilitas produk di dunia perbankan dan semakin beragam pula pelayanan yang baik dari para pesaing bank CIMB Niaga akan dapat mengalihkan perhatian nasabah, sehingga dimungkinkan nasabah akan beralih ke produk Bank lain yang lebih menarik dan menguntungkan bagi nasabah tersebut. Untuk itu diperlukan adanya suatu pelayanan dan startegi yang lebih ditingkatkan lagi untuk menjaga loyalitas nasabah PT Bank CIMB Niaga Tbk, sehingga nasabah tidak beralih pada produk lain dan senantiasa mendorong orang lain untuk menggunakan produk PT Bank CIMB Niaga Tbk, khususnya Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII.

Mengenai loyalitas *customer* Bank CIMB Niaga perlu lebih mendalami lagi dan terus meningkatkan mengenai pelayanan yang dapat mempengaruhi keloyalitasan *customer* terhadap bank CIMB Niaga cabang bintaro tersebut yang sudah banyak nasabahnya. Dengan

meningkatkan kinerja yang lebih baik, tentu loyalitas *customer* untuk tetap setia itu akan lebih bertambah lagi yang membuat CIMB Niaga akan terus menjadi bank yang semakin maju dalam tingkat kepuasan *customer*. Nasabah adalah sumber penghasilan bagi setiap bank khususnya Bank CIMB Niaga yang mulai semakin dikenal dikalangan menengah ke bawah sehingga, perlu lebih ditingkatkan lagi pendekatan terhadap *customer* agar *customer* benar-benar merasa dihargai dan benar-benar dianggap sepenuhnya seperti seorang raja tanpa memandang *customer* tersebut dari kalangan menengah ke atas atau kalangan menengah ke bawah sehingga tidak ada keluhan mengenai penanganan yang diberikan oleh CIMB Niaga khususnya cabang Bintaro tersebut yang walaupun sedikit ada keluhan bukan berarti CIMB Niaga cabang Bintaro tersebut sudah benar-benar sukses, tetapi perlu ditingkatkan lagi mengenai sentuhan pelayanan pribadi yang lebih harmonis lagi terhadap para nasabahnya. Semakin sedikit keluhan dan komplain dari nasabah, tentu loyalitas di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro tersebut semakin bertambah dan bahkan tetap setia dalam arti tidak akan berpindah ke Bank lain untuk menimpan uang maupun bertransaksi baik transaksi skala besar maupun skalayang kecil.

Adapun peneliti memberikan saran guna untuk kemajuan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, yaitu :

1. Tetap mempertahankan kualitas pelayanan.
2. Menambah kinerja SDM untuk divisi *customer service*.
3. Menciptakan produk/ jasa yang lebih banyak lagi.
4. Membuka cabang-cabang Bank CIMB Niaga yang lebih luas lagi.
5. Memberikan penghargaan terhadap para karyawan, tujuannya agar karyawan semakin giat bekerja dan lebih mensukseskan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII.
6. Meningkatkan kerjasama terhadap perusahaan lain sehingga Bank CIMB Niaga semakin meluas keberadaannya dan semakin mempermudah nasabah untuk bertransaksi baik secara langsung ke Bank ataupun ATM.
7. Perbanyak mesin ATM khusunya di wilayah terpencil.

DAFTAR PUSTAKA

Andi Prastowo. 2010. Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: DIVA Press.

Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung : Simbosa Rekatama Media.

Arifin, Zainal. 2012. Evaluasi Pembelajaran. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. Deddy Mulyana, 2011.Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Rosdakarya.

Arikunto Suharsimi, 2000, Manajemen Penelitian, Jakarta, Rineka Cipta.

Company Profile CIMB Niaga : 5-11

Djatmiko, Yayat Hayati. 2003. Perilaku Organisasi. Bandung : Alfabeta.

Endraswara. 2006. Metode, Teori, Teknik, Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi dan Aplikasi. Yogyakarta. Pustaka Widyatama.

Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Penerbit Andi Yogyakarta 2000.

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyality* : Menumbuhkan dan Mempertahankan pelanggan. Jakarta, Airlangga.

Herdiansyah, Haris. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jkt. Salemba Humanika.

Hisbuan, Malayu S.P., 2011, Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara, Jakarta.

Hurriyati Ratih, Dr., M.Si. “Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”. 2010. Jakarta: Alfabeta CV.

Kasmir, 2003. Manajemen Perbankan, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

_____ 2007. “*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*”. Edisi enam, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.

_____ 2010. Pengentar Manajemen Keuangan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Kotler, Philip.2003. Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Miles, Mattew B dan A. Michael Huberman. 2007. Analisist Data Kualitatif, Buku Sumber Tenteng Metode-metode baru. Jakarta : Universitas Indonesia Press.

Moleong, L. J. 2005. Metodologi Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____ 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung Remaja Rosdakarya.

Nasution. 2003. Metode Research, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Raco. 2010, Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama.

Ruslan, Rusady. 2005. Manajemen *Public Relation* dan Media Komunikasi Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Siagian P, Sondang. 2005. Fungsi-fungsi Manajerial. Jakarta : Bumi Askara.

Soeprapto. 2007. Interaksi Simbolik. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sukmadinata. , 2006. Metode Penelitian Pendidikan, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Widodo, Erna dan Mukhtar, 2000. Konstruksi Kearah Penelitian Dekriptif, Yogyakarta : Avyrouz.

HASIL WAWANCARA DENGAN *KEY INFORMAN*

Nama : Ratih Puspitaningrum

1. Bagaimana strategi *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro agar nasabah loyal?

   Jawab : *Strategi customer service Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sesuai SOP ya tentunya, dengan melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan, memahami kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, menjamin kelancaran dan keramahtamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik kredit/tabungan.*

2. Bagaimana *customer service* cabang bintaro dalam melakukan investigasi atau menangani setiap permasalahan *customer*?

   Jawab : *Disini dalam menangani keluhan customer, seorang customer service memahami makna apa yang disampaikan oleh nasabah, memahami motifnya sejauh mana customer service menanggapi komplain customer, memahami dampaknya, membuat customer merasa lebih dekat dengan cs dan mencari solusi yang tepat, jangan terlalu lama karena nasabah ingin cepat ada kejelasan, buat customer senang seakan mereka merasa dihargai, empati dan dengan sifat yang ramah, meminta kerjasama yang baik agar mendapatkan feedback yang positif dari customer.*

3. Apakah sudah melayani nasabah sampai tuntas disaat nasabah mengalami kesulitan informasi?

   Jawab : *Harus selalu sampai tuntas agar tidak mengecewakan nasabah. Customer service berperan sangat penting sebagai penghubung antara pihak bank dengan nasabah, jadi disaat nasabah itu mengalami kesulitan informasi customer service selalu memberikan yang terbaik dan solusi terbaik untuk nasabah kita.*

4. Bagaimana cara penyampaian informasi yang diberikan kepada nasabah?

   Jawab : *Informasi yang kami berikan adalah produk-produk yang sesuai dengan keinginan nasabah dan sudah barang tentu dengan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipaham.*

5. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah?

   Jawab : *Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Lues, Antusias, Melayani). Jadi sebagai pegawai di bank khususnya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro kita harus melayani nasabah dengan semaksimal mungkin agar nasabah tetap nyaman berada di bank kita.*

6. Apakah sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk *nasabah?*

   Jawab *: Harus sudah, karena kewajiban seorang customer service adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu kami memberikan pelayanan dengan baik, dengan bersikap sopan, ramah dan telaten dalam menghadapi nasabah yang datang ke bank.*

7. Apa saja kendala-kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab *: Kendala yang dihadapi nasabah disini karena kita merupakan cabang besar SDM customer service disini kurang, tetapi kami bisa mengatur dan memanage semua kendala karena memang pelayanan seorang customer service disini dikondisikan untuk membantu kendala nasabah.*

HASIL WAWANCARA DENGAN *INFORMAN*

Nama : Ibu Lina Ahlina

1. Bagaimana tanggapan Ibu mengenai pelayanan customer service CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Selama saya menjadi nasabah disini, saya merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak customer servicenya, setiap pertanyaan saya selalu dijawab dengan jelas.*

2. *Apakah Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah kompeten dalam bidangnya?

   Jawab : *Ya..bagi saya sih cukup kompeten yah, kalo setiap ada permasalahan selalu ditangani dengan baik.*

3. Apakah *Customer Service* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro, melayani sampai tuntas dalam setiap permasalahan nasabah?

   Jawab *: Ya, saya pernah mengalami kesulitan tapi saya dibantu dari awal sampai akhir saya melakukan transaksi di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini. Para karyawan salah satunya customer service menurut saya pintar-pintar, tanggung jawab menyelesaikan tugasnya sampai tunta.*

4. Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki attitude yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

   Jawab *: Yah kalo buat saya, disini ramah tamah, sopan santun, mulai dari staff security nya aja melayani nasabah secara maksimal. Makanya saya sering banget datang kesini, kadang kalo ada problem juga customer service CIMB Niaga disini, langsung menghubungi saya*.

5. Apakah Ibu sudah Loyal menjadi *customer/* nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Saya sudah termasuk nasabah yang loyal di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro ini karena menurut saya, saya selalu melakukan transaksi*

termasuk menabung disini dan saya menyimpan uang saya juga di bank ini.

6. Apakah pelayanan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII memuaskan?

   Jawab : *Iya, saya puas jadi saya ingin setia bertransaksi di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro, alasannya ya karena pelayanannya cepat dan memuaskan saya.*

HASIL WAWANCARA DENGAN *INFORMAN*

Nama : Ibu Sekar Ayu

1. Bagaimana tanggapan Ibu mengenai pelayanan customer service CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Saya adalah customer CIMB Niaga, untuk pelayanannya disini menurut saya baik, cepat, tanggap dan selalu memberikan saya solusi dan respon yang cepat.*

2. Apakah *Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah kompeten dalam bidangnya?

   Jawab : *Iya, buktinya kalau nasabah mengadu customer service bisa menangani permasalahan yang nasabah keluhkan dan juga selalu cepat tanggap dengan kemampuannya dalam melayani nasabah. Menurut saya customer service disini dalam menyelesaikan masalah yang selalu bersikap sopan, ramah dan setiti mendengarkan keluhan kita.*

3. Apakah *Customer Service* Bank Cimb Niaga cabang Bintaro, melayani sampai tuntas dalam setiap permasalahan nasabah?

   Jawab : *Kalo ada kendala yang saya tidak tahu, saya selalu banyak tanya sih sama customer servicenya, tapi alhamdulilah selalu dijawab semua dan saya dilayani sampai saya benar-benar mengerti, good job deh pokonya.*

4. Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki attitude yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

   Jawab : *Baik, profesional, ramah tamah, senyum sapa, saya percaya dengan CIMB Niaga Bintaro ini, dari orangtua saya sudah banyak saving disini, saya juga ada pinjaman autofinance disini, bunganya kecil, makanya saya merasa aman dengan CIMB Niaga.*

5. Apakah Ibu sudah Loyal menjadi *customer/* nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Loyal tentu, tabungan saya disini banyak, deposito, setiap transaksi selalu kesini, saya juga pengguna card center setia CIMB Niaga dari dulu loh.*

6. Apakah pelayanan Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sektor VII memuaskan?

   Jawab : *Iya, saya sangat puas, puas dengan pelayanannya, tempatnya nyaman, tenang dan para pegawainya ramah dan bersahabat dengan nasabah, jarang-jarang pegawai bank seperti itu, jadi saya tetap ingin memanfaatkan jasa Bank CIMB Niaga cabang Bintaro*.

HASIL WAWANCARA DENGAN *INFORMAN*

Nama : Bapak Tri Mulyo

1. Bagaimana tanggapan Bapak mengenai pelayanan customer service CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Menurut saya mengenai pelayanannya baik, ramah dan sopan terhadap nasabah, dan sangat nyaman bila saya datang kesini karena fasilitas yang disediakan juga membuat saya tidak bosan.*

2. *Apakah Customer Service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sudah kompeten dalam bidangnya?

   Jawab : *Iya, tapi kadang-kadang belum misalkan lambat dalam pelayanan jika terlalu banyak nasabah yang datang, tapi saya emjoy saja karena kerjasama disini baik, kalo customer service ramai, marketing selalu membantu saya transaksi ataupun penempatan saving*.

3. Bagaimana mengenai produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh CIMB Niaga cabang Bintaro ini?

   Jawab : *Wah tentunya banyak sekali yah disini, jadi bagi saya sendiri terkadang ingin semua memiliki produk yang ditawarkan CIMB ini, karena hadiahnya menarik dan keuntungan tersendiri bagi saya, hahaha.*

4. Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki attitude yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

   Jawab : *Top deh disini mah, mulai dari customer service nya cantik, anggun attitude nya pun sesuai dengan wajahnya mas, bagi saya bank yang memiliki tingkat kualitas pelayanan yang good.*

5. Bagaimana loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab *: Ya sudah jelas, saya pun sangat percaya dengan CIMB Niaga disini makanya saya menyimpan hampir sebagian uang saya disini.*

6. Sebagai nasabah apa status anda di Bank CIMB Niaga Bintaro?

   Jawab : *Saya di Bank CIMB Niaga cabang Bintaro sebagai nasabah penabung. Saya menabung disini karena saya merasa nyaman dan aman serta disini tidak menggunakan sistem bunga tapi bagi hasil.*

HASIL WAWANCARA DENGAN *INFORMAN*

Nama : Arul Rahman

1. Bagaimana tanggapan saudara mengenai pelayanan *customer service* CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *"Bagi saya pelayanan di sini agak lama mas. Customer servicenya kurang, jadi lama nungguinnya."*

2. Apakah bagian *Customer Service* CIMB Niaga cabang Bintaro memberikan pelayanan yang maksimal?

   Jawab : *"Masih kurang mas ! karena setiap saya dataeng ke sini pasti nungguinnya lama... mungkin karena mereka selalu mementingkan nasabah prioritas saja."*

3. Bagaimana mengenai produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh CIMB Niaga cabang Bintaro ini?

   Jawab : *"Banyak yang pasti, tapi saya kurang tahu apa saja."*

4. Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki attitude yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

   Jawab : *"Pelayanan lambat dan seperti yang saya bilang tadi sesalu terlihat mengutamakan nasabah prioritas saja, ketimbang saya yang hanya seorang Grab."*

5. Apakah puas dengan pelayanan *customer service* dan tetap loyal menjadi nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : "*Saya masih belum bisa berkata puas terhadap pelayanan disini menurut saya disini pilih kasih maka dari itu saya kurang nyaman tetapi disisi lain pihak perusahaan saya sudah bekerjasama dengan CIMB Niaga sehingga mau tidak mau saya harus tetap datang kesini karena di sini pula cabang terdekat bagi saya."*

HASIL WAWANCARA DENGAN *INFORMAN*

Nama : Ibu Ratih Dewiyanti

1. Bagaimana tanggapan Ibu mengenai pelayanan customer service CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Saya nasabah setia CIMB Niaga cabang ini, saya sangat suka dengan pelayanannya disini, sangat menghargai nasabah sehingga saya percaya untuk tetap menabung dan investasi disini, tidak pernah mengecewakan bagi saya.*

2. Bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan oleh bagian *customer service?*

   Jawab : *Penyampaian informasi yang selama ini sering menjadi masalah pada bank-bank, tapi menurut saya di Bank CIMB Niaga Bintaro dilakukan dengan cepat dan tepat serta penyampaian informasinya sangat mudah dipahami.*

3. Bagaimana mengenai produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh CIMB Niaga cabang Bintaro ini?

   Jawab : *Fasilitas disini yah nyaman sekali, betah saya disini nasabah seperti raja. Saya punya banyak tabungan disini, makanya tidak bosan juga setiap customer service menawarkan produk baru, saya selalu buat tertarik dengan programnya.*

4. Apakah *customer service* Bank CIMB Niaga cabang Bintaro memiliki attitude yang baik dalam menjamin kelancaran dan pelayanan jasa terhadap nasabah?

   Jawab : *Good Excellent*

5. Apakah puas dengan pelayanan *customer service* dan tetap loyal menjadi nasabah Bank CIMB Niaga cabang Bintaro?

   Jawab : *Iya, saya puas sekali dan tetap ingin menabung disini. Aman dan pelayanannya baik, kalau bisa baik terus begini bisa rame disini. Teman-*

teman saya juga tak suruh menabung disini karena tidak menggunakan bunga, tetapi pakai bagi hasil mas.

6. Mengapa memilih CIMB Niaga cabang Bintaro untuk menyimpan uang ataupun untuk menggunakan produk serta fasilitasnya?

   Jawab *: Saya memilih CIMB Niaga disini, karena produknya sesuai dengan apa yang saya mau loh, dan juga akses CIMB Niaga sangat mudah, banyak akses via online maupun internet banking yang sangat membantu saya, makanya saya insa allah tetap menjadi nasabah setia disini seterusnya.*

DOKUMENTASI