

**KEGIATAN *CUSTOMER RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS NASABAH PRIORITAS DI BAGIAN *CUSTOMER
SERVICE* PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG
CICAHEUM BANDUNG)**

***CUSTOMER RELATIONS IN ACTIVITIES IMPROVE CUSTOMER
LOYALTY
(CASE STUDY OF PRIORITY CUSTOMERS AT THE CUSTOMER
SECTION SERVICE PT. STATE SAVINGS BANK BRANCH OFFICE
CICAHEUM BANDUNG)***

Ririn Rindrasyana¹, R. Indriyati Kamil²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *customer relations* dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Studi Kasus Nasabah Prioritas di Bagian *Customer Service* PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cicaheum Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan paradigma penelitian konstruktivisme, dan pendekatan penelitian studi Kasus. Subjek penelitiannya adalah nasabah prioritas yang ditentukan secara purposif berdasarkan permasalahan kegiatan *customer relations*. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan peran serta terhadap informan sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, dan studi literatur lainnya, serta wawancara dengan pihak terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *customer relations* sangat berpengaruh dalam menjaga dan mempertahankan suatu hubungan yang baik dengan nasabah dan mengurangi kemungkinan berpindahnya nasabah kepada bank pesaing. Yang perlu diperhatikan disini adalah kualitas pelayanan dari *customer service* sebagai jajaran terdepan dari suatu bank. Karena dengan diberikannya suatu kualitas pelayanan yang baik oleh *customer service* dapat menciptakan suatu kepuasan bagi nasabah yang dilayani, dan akan mendorong keinginan nasabah tersebut agar menjadi nasabah yang loyal.

Kata kunci : Customer relations, Customer service, Nasabah prioritas, Bank BTN

ABSTRACT

This study aims to determine customer relations activities to improve customer loyalty . Priority Customer Case Study in the Customer Service section of PT. State Savings Bank Branch Office Bandung Cicaheum. This study used qualitative research methods, the research paradigm of constructivism, and a case study research approach. Research subject is determined priority customers purposively based on customer relations issues activities. The data collection process was obtained through indepth interviews and observations of the role of the informant while supporting data obtained through documentation of the

results of previous research studies, and other literature, as well as interviews with relevant parties.

The results showed that the activities of customer relations is very influential in keeping and maintaining a good relationship with the customer and reduce the likelihood of migration of customers to a competitor bank . Noteworthy here is the service quality of customer service as the forefront of a bank . Because the granting of a good service quality by customer service can create a satisfaction to customers who are served , and will encourage these customers desire to become loyal customers.

Keywords : Customer relations, Customer service, Customer priority, Bank BTN

1. Pendahuluan

Sejarah perbankan di Indonesia tidak terlepas dari zaman penjajahan Hindia Belanda. Pada masa itu De Javasche Bank, NV didirikan di Batavia pada tanggal 24 Januari 1828 kemudian menyusul Nederlandsche Indische Escompto Maatschappij, NV pada tahun 1918 sebagai pemegang monopoli pembelian hasil bumi dalam negeri dan penjualan ke luar negeri serta terdapat beberapa bank yang memegang peranan penting Hindia Belanda, yaitu antara lain Bank De Javasce NV, De Post Poar Bank (BTN), Hulp en Spaar Bank, De Algemenevolks Crediet Bank, Nederland Handles Maatscappi (NHM), Nationale Handles Bank (NHB), De Escompto Bank NV, dan Nederlansche Indische Handelsbank.

Sebagai lembaga keuangan, Bank memiliki fungsi pokok berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian pinjaman atau kredit.

BTN merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berdiri sejak tahun 1897 pada jaman penjajahan Belanda dan berdiri dengan nama *Postpaarbank*. Pendirian *Postpaarbank* tersebut mempunyai tujuan antara lain

untuk mendidik masyarakat pada saat itu agar rajin menabung. Melalui pendirian *Postpaarbank* mulailah diperkenalkan lembaga perbankan secara luas.

Banyaknya bank yang ada di Indonesia saat ini, membuat persaingan semakin ketat dan berlomba untuk memperoleh peringkat paling baik dimata masyarakat. Oleh sebab itu diperlukan strategi yang baik oleh masing masing perbankan guna meningkatkan laba dan memiliki kualitas yang bermutu. Salah satu caranya adalah dengan adanya peranan *customer service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah bank ataupun perusahaan, karena pelayanan nasabah yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan pada suatu perusahaan.

Pada BTN *customer service* dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar etika. Etika seorang *customer service* dalam rangka memberikan pelayanan kepada nasabah yang pertama yaitu mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, dan selamat sore, setelah itu mempersilahkan nasabah untuk duduk, selalu bersikap ramah, sopan, dan senyum.

Bertanya tentang keperluan nasabah, dan mengucapkan terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau

hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

Dalam kenyataannya tidak sedikit ditemukan adanya permasalahan yang terjadi di lapangan ketika seorang *customer service* memberikan pelayanan kepada nasabah, seperti *customer service* kesulitan memahami permasalahan yang dikemukakan oleh nasabah, kurangnya *product knowledge*, standar pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* tidak sama, *customer service* tidak ramah, kurangnya rasa simpati dan empati yang diberikan *customer service* kepada nasabah sehingga nasabah tidak merasa nyaman, dan kurangnya fasilitas yang ada pada bank misalnya, untuk sistem antrian masih banyak kantor kas atau kantor cabang pembantu yang menggunakan sistem antrian manual, membuat tidak sedikitnya nasabah yang menyerobot dalam antrian, sehingga terhambatnya suatu proses pelayanan terhadap nasabah.

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk kegiatan *customer relations* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cicaheum Bandung, mengetahui teknik kegiatan *customer relations* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cicaheum Bandung, mengetahui proses kegiatan *customer relations* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cicaheum Bandung, dan mengetahui pemaknaan nasabah prioritas mengenai kegiatan *customer relations* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cicaheum Bandung

2. Metode Penelitian

Teori mengenai “pengelolaan makna yang terkoordinasi” (*the theory of the coordinate management of meaning*) dan disingkat dengan CMM ini merupakan teori mengenai interaksi sosial yang komprehensif membahas cara-cara bagaimana berbagai makna yang dimiliki seseorang dikelola atau dikoordinasikan dalam percakapan. Walaupun percakapan menjadi focus perhatian CMM, teori yang dikembangkan Barnett Pearce dan Vernon Cronen ini memiliki kekuatan untuk menunjukkan bagaimana percakapan menghasilkan makna baik dalam hubungan antar-individu (*relationship*) tetapi juga dalam konteks budaya. Menurut Pearce dan Cronen terdapat dua jenis aturan yang berlaku dalam percakapan, yang pertama adalah “aturan konstitutif” (*constitutive rules*) atau aturan mengenai makna yaitu aturan yang digunakan komunikator untuk memberikan interpretasi atau memahami suatu peristiwa atau pesan. Kedua adalah “aturan regulatif” (*regulative rules*), yaitu aturan mengenai tindakan yang digunakan untuk menentukan bagaimana memberikan tanggapan atau berperilaku. (Morissan, 2013 : 257)

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2013: 4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang – oleh sejumlah individu atau sekelompok orang – dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.

Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Latar belakang kehidupan dan lingkungan seseorang pecandu narkoba, kehidupan intern sebuah gang, pembentukan militansi pada sesuatu kelompok radikal, faktor-faktor yang melatarbelakangi tingginya swadaya pembangunan di sesuatu desa, merupakan contoh dari topik telaahan suatu studi kasus. (Faisal, 2001: 22)

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara internal, BTN tiada henti meningkatkan kinerja operasionalnya melalui berbagai perbaikan sistem dan pelayanan. Dalam bidang pelayanan BTN terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada jajaran frontliner, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Apabila kepuasan nasabah meningkat, maka akan menambah kepercayaan nasabah sehingga akan menciptakan suatu loyalitas.

Bapak Tang Atet Aminta yang akrab disapa Pa Atet, adalah Kepala Kantor BTN Cabang Cicaheum Bandung yang bertugas memimpin kantor, mengoptimalkan pendayagunaan tenaga kerja dan peralatan guna meningkatkan motivasi kerja, menjaga hubungan yang baik dengan sesama karyawan sehingga tercapai kerja yang maksimal, dan bertanggung jawab dalam mengadakan koordinator, pengawasan terhadap tugas-tugas yang diberikan kepada bawahan (*customer service officer* dan *teller service*) dengan mengadakan evaluasi

terhadap pelaksanaan tugas tersebut. Pa Atet yakin dengan terus memperbaiki sistem dan kualitas pelayanan, BTN akan mampu bertahan dalam menghadapi perkembangan perbankan Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pa Atet, BTN adalah Bank BUMN yang memiliki kualitas pelayanan maupun produk yang baik. BTN merupakan bank yang sudah memiliki kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan standar pelayanan perbankan. Standar layanan *customer service* pada PT. Bank Tabungan Negara sudah sesuai dengan standar layanan perbankan umumnya. Selain diadakannya pelatihan *intern*, pelayanan yang diberikan *customer service* dinilai dari hasil *Market Research Indonesia* (MRI), yaitu suatu lembaga yang dibentuk untuk merangking kualitas dari pelayanan yang dilakukan oleh *frontliner*.

BTN memiliki *Standard Operational Procedure* (SOP) sehingga apabila nasabah berkunjung ke bank BTN, selain BTN kantor Cabang Cicaheum standar pelayanannya sudah sama. Menurut Pa Atet, pihak bank BTN melakukan *maintenance* terhadap nasabah-nasabahnya terutama kepada nasabah prioritas. Dengan dilakukannya *maintenance* terhadap nasabah, dapat menciptakan rasa nyaman dan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Nasabah prioritas adalah nasabah yang memiliki kredibilitas baik terhadap bank, nasabah yang memiliki dana besar dan menginginkan suatu perlakuan khusus dalam pelayanannya.

4. Kesimpulan dan Saran

Program pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk

memberikan pelayanan terbaik, sehingga pada akhirnya akan tercipta nasabah yang loyal. Sikap pelayanan pada BTN yang memperlakukan pelanggan dengan hormat dan senyum tulus, menciptakan interaksi yang memperkuat hubungan pelanggan dengan perusahaan ke dalam loyalitas. Kegiatan yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan nasabah seperti kegiatan *customer gathering, gala diner*, maupun pemberian ucapan selamat ulangtahun, terbukti berdampak positif kepada nasabah dan berorientasi kepada terciptanya loyalitas nasabah terhadap BTN. *Customer intimacy* yang dilakukan *customer service* pada BTN mampu menciptakan suasana yang akrab sehingga nasabah merasa nyaman saat datang ke bank untuk melakukan transaksi. Dalam mengatasi keluhan nasabah, *customer service* melakukan penanganan secara serius, cepat dan tuntas. *Customer service* memiliki rasa tanggung jawab untuk menjaga seluruh data transaksi keuangan ataupun data informasi pribadi dari seorang nasabah. Dengan demikian timbul rasa kenyamanan dan keamanan dari nasabah untuk terus tetap menjadi nasabah pada BTN.

Penelitian kegiatan *customer relations* selalu menarik untuk diteliti karena selalu ada perkembangan dalam hal kualitas pelayanan. Dalam konteks metodologi, peneliti menggunakan Teori Pengelolaan Makna Barnett Pearce dan Vernon Cronen yang meneliti tentang Teori mengenai “pengelolaan makna yang terkoordinasi” (*the theory of the coordinated management of meaning*) dan disingkat CMM ini merupakan teori yang komprehensif membahas cara-cara bagaimana berbagai makna yang dimiliki

seseorang dikelola atau dikoordinasikan dalam percakapan.

Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Abdul Majid, Suharto. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Dan Transportasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Crosse, Howar D. dan Hempel, George H. 1973. *Management Politicies Commercial Bank*. Englewood Clift: Prentice Hall Inc.

Cooper, D. dan C.W. Emory. 1992. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi kelima* alih bahasa Widyono Soetjipto. Jakarta: Erlangga

Cutlip, Scott M., Allen H., Center, dan Glen M., Broom. 2009. *Effective Public Relations edisi 9*. Jakarta: Kencana

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta CV

Kartajaya, Hermawan. 2006. *In Service*. Bandung: Mizan Pustaka

Kasmir. 2001. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi 6*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

_____. 2002. *Manajemen Perbankan Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- _____. 2004. *Pemasaran Bank, Edisi 1 Jilid 2*. Jakarta: Prenada Media. Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. New Jersey: Prentice Hall Published
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi Metode Penelitian Komunikasi: Konsep, Pedoman, dan Contoh penelitian*. Bandung: Widya Pajajaran
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Rangkuti, Freedy. 2009. *Strategi Promosi yabf Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi revisi 10*. Jakarta: Rajawali Pers
- Saleh, Akhmad Muwafik. 2010. *Public Service Communications Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik*. Malang: UMM Press
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyatno, Thomas. 1993. *Bank Politic*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi
- Wood, Oliver G. 1978. *Commercial Banking*. New York: Nostrand Company.
- Website:
www.btn.co.id