

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Di Bank BRI

Putri Afrilia Anggraeni^{1*}, Vina Damayanti², Alfiyatus Sakdiyah³, Nur Alifah Fajariyah⁴

^{1,2,3}Perbankan Syariah, Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

⁴Akuntansi Syariah, Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

¹afriputri604@gmail.com

Abstrak

Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah itulah yang sering disebut *Customer Service* (CS). *Customer Service* merupakan karyawan bank yang berada di front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan juga sebagai penghubung antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. *Customer Service* haruslah mengetahui secara umum dan luas mengenai dasar-dasar pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Dalam hal ini pelayanan adalah hal utama yang sangat diprioritaskan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Memberikan kualitas pelayanan yang baik serta cekatan adalah suatu motivasi kerja bagi pihak bank dalam mempertahankan nasabahnya yang artinya nasabah tersebut puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank. Jadi, *Customer Service* adalah ilmu dan seni tentang melayani nasabah sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan dan bertugas melayani nasabah pada suatu perusahaan atau bank. Dalam pengabdian ini, peralatan yang digunakan adalah handphone serta beberapa alat tulisan. Metode pengabdian yang digunakan yaitu metode kolaboratif antara dua lembaga menurut Masruroh, 2023, yaitu Bank BRI KC Jember.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Bank BRI.

PENDAHULUAN

Dalam industri perbankan yang kompetitif, kepuasan nasabah adalah kunci keberhasilan. *Customer Service* menjadi titik kontak utama antara bank dan nasabah, sehingga kualitas layanan mereka secara langsung memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank. *Customer Service* adalah garda depan dalam menciptakan kepercayaan nasabah. Sehingga cara *Customer Service* dalam bertindak dan memberi informasi akan memberi dampak pada kepercayaan nasabah pada Bank BRI. Dalam persaingan yang ketat, Bank BRI perlu terus meningkatkan kualitas layanan *Customer Service* untuk membedakan diri dari pesaing.

Bisnis perbankan, yang merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah itulah yang sering disebut *Customer Service* (CS).¹

Customer Service merupakan karyawan bank yang berada di front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan juga sebagai penghubung antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. *Customer Service* haruslah mengetahui secara umum dan luas mengenai dasar-dasar pelayanan jasa dan produk bank dengan baik.

Peranan *Customer Service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh 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. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama *Customer Service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.²

Dalam hal ini pelayanan adalah hal utama yang sangat diprioritaskan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Memberikan kualitas pelayanan yang baik serta cekatan adalah suatu motivasi kerja bagi pihak bank dalam mempertahankan nasabahnya yang artinya nasabah tersebut puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank.

¹ Rambat Lupiyaodi, A, Hamdani, Manajemen pemasaran Jasa. (Jakarta: Salemba Empat 2008), h. 194

² Kasmir, Kewirausahaan (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 275-276.

METODE

A. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode pengabdian yang digunakan yaitu metode kolaboratif antara dua lembaga menurut, Masruroh 2023, yaitu Bank BRI KC Jember yang kemudian diarahkan ke BRI unit masing-masing di Jember dengan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Informan dalam metode kolaboratif ini yaitu Kepala Unit Bank BRI Unit Sempusari, serta *Customer Service* Bank BRI Unit Rambipuji. Dalam hal ini, ada satu dosen dan tiga mahasiswa yang melakukan pengabdian dengan tahapan:

1. Melakukan perizinan untuk melakukan pengabdian di BRI Unit Yang di arahkan oleh BRI KC Jember.
2. Penempatan lokasi pengabdian, yaitu di BRI Unit Sempusari, Ajung, dan Rambipuji.
3. Melakukan proses pengenalan lokasi dan perkenalan dengan pihak di BRI.
4. Identifikasi permasalahan yang akan menjadi objek pengabdian.
5. Diskusi bersama tentang pelayanan nasabah di Bank BRI sebagai bentuk peningkatan pemahaman nasabah pada layanan *Customer Service*.
6. Melakukan identifikasi nasabah yang belum bisa melakukan transaksi digital.
7. Memberikan pemahaman dan pendampingan kepada nasabah tentang pelayanan yang ada di BRI, selain itu juga melakukan pengenalan pada BRIMEN.
8. Memberikan literasi tentang BRIMEN beserta manfaat dan peranannya.
9. Melakukan penginputan berkas pada layanan digital.
10. Membuat laporan pengabdian.

Kegiatan yang panjang dapat dibuat dalam sub bab tahapan-tahapan kegiatan.

B. Jenis Data

Menurut Sugiono terdapat dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata kalimat atau yang menggambarkan kualitas atau sifat suatu fenomena. Data yang bersifat deskriptif yang tidak dapat diukur secara numerik. Data ini yang diperoleh melalui wawancara mengenai peningkatan kualitas layanan *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan nasabah di bank BRI.
2. Data kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif, sebagai metode ilmiah bersifat objektif, terukur, rasional dan sistematis. Data ini berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkat atau scoring.

C. Sumber Data

- 1) Data Primer merupakan data yang diperoleh dari Key Informan. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini sumber data primer berupa informasi diperoleh dari wawancara dengan Kepala Unit Bank BRI Unit Sempusari, Supervisor Bank BRI Unit Rambipuji, serta informan yaitu *Customer Service* Bank BRI yang melakukan pelayanan kepada nasabah di Bank BRI.
- 2) Data Sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yang mana diperoleh untuk melihat Gambaran umum tentang Bank BRI, buku referensi, Peraturan Perundang-undangan dan beberapa artikel yang mendukung. Data sekunder ini diperoleh dengan metode observasi dan juga pengamatan berupa arsip-arsip atau dokumen pada Bank BRI.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

- 1) Library Research, yaitu penelitian kepustakaan mengumpulkan data dari literatur dan buku petunjuk teknis.
- 2) Field Work Research, yaitu penelitian langsung ke lapangan yang meliputi Teknik wawancara yaitu melibatkan penulis dalam serangkain pertanyaan langsung kepada *Customer Service* Bank BRI Unit Sempusari, Rambipuji dan Ajung yang bertujuan untuk mengumpulkan Informasi yang relevan bagi penelitian dan Teknik dokumentasi yaitu dilakukan dengan mencatat atau menyalin dokumen yang diperlukan di perusahaan/instansi sebagai sumber informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peserta PPL melaksanakan kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) terhitung sejak 08 Januari 2025 sampai dengan 21 Februari 2025. Pelaksanaan kegiatan PPL ini sesuai dengan jadwal yang berlaku pada bank BRI, yaitu dimulai dari hari senin sampai dengan hari jumat dengan jam kerja pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB dengan jam istirahat dimulai dari pukul 12.00-13.00 WIB. Setiap harinya sebelum memulai kegiatan operasional, pada pukul 07.30 seluruh staf karyawan berkumpul untuk melakukan doa bersama. Kemudian dilanjutkan dengan breaving pagi oleh K.A Unit, terkait situasi terkini yang terjadi, berupa target apa yang harus diraih di BRI Unit Tersebut.

Kemudian salah satu karyawan dipersilahkan untuk memandu pembacaan visi misi Bank BRI dengan suara lantang dan diikuti oleh seluruh karyawan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh karyawan bekerja dengan sepenuh hati dan tetap ingat pada visi dan misi BRI. Dalam pelaksanaan kerja, peserta PPL diberikan tugas yang berkaitan dengan aktivitas di Unit Perbankan.

Berikut ini tugas yang dikerjakan oleh peserta PPL selama melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) pada bagian *Customer Service* di Bank BRI Unit tersebut :

- a. Memandu nasabah dalam pengisian AR-01 (Aplikasi Rekening Perorangan). Tugas pertama kami adalah memandu calon nasabah dalam pengisian formulir AR01. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, memandu berasal dari kata pandu yang berarti menunjukkan jalan atau cara.³ Praktikan memberikan penjelasan kepada calon nasabah terhadap data apa saja yang akan diisi pada formulir AR-01. Formulir ini diperlukan dalam pembuatan rekening baru. Contoh eksemplar dari formulir ini akan dilampirkan di halaman lampiran. Formulir ini memuat beberapa data pribadi nasabah yang diperlukan oleh Bank BRI dalam pembuatan rekening.
- b. Register rekening baru buku tabungan nasabah. Memasukkan data nasabah pada aplikasi pembukaan rekening.



- c. Menata kerjakan arsip. Tugas kami yang selanjutnya adalah menatakerjakan arsip data nasabah. Tugas ini adalah lanjutan dari tugas sebelumnya dimana kami menyusun data-data nasabah yang sudah melewati proses verifikasi pinjaman dari mantri. Dalam proses penyusunan, kami menyusunnnya sesuai dengan nomor lemari nasabah tersebut.
- d. Melaksanakan survei kepada nasabah peminjam Kredit Usaha Rakyat dan Tabungan di pasar. Tugas ini merupakan tugas sampingan yang diberikan *Customer Service* supaya kami mengetahui kinerja para mantri jika melaksanakan survei di dalam pasar. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program prioritas pemerintah dalam mendukung UMKM berupa kebijakan pemberian kredit atau pembiayaan modal kerja dan investasi kepada debitur individu, badan usaha, atau kelompok usaha yang produktif dan layak, namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.⁴



- e. Brimen Digital, Melakukan opname, yang merupakan suatu kegiatan penyesuaian fisik dengan data digital yang telah masuk dalam sistem, opname mencakup segala produk perbankan, baik simpanan, pinjaman, juga investasi, Melakukan scan berkas kredit dilakukan untuk kemudahan dalam melihat data nasabah kredit tanpa harus mencari berkas secara fisik, Dalam tahap Upload Brimen perlu diperhatikan dulu tanggal realisasi pinjaman, nomor rekening pinjaman, jenis pinjaman, nama nasabah, juga status pinjaman, kemudian dilakukan scan dan pemberian nama berkas secara digital, setelah itu tahap selanjutnya adalah upload berkas yang telah discan.

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 2020, (<https://kbbi.web.id/memandu>) (30 Oktober 2020).

⁴ Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Selaku Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Nomor 11 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1794)



- f. Membantu nasabah membuat akun brimo, Nasabah yang akan membuat rekening baru, akan di arahkan untuk membuat akun Brimo terlebih dahulu, karena lebih praktis untuk melakukan transaksi. Pembuatan akun Brimo bisa dilakukan di Bank maupun dirumah.



- g. Membantu nasabah memperbaiki ATM yang ATM nasabah yang ke blokir di arahkan untuk mengisi fr terlebih dahulu, kemudian di arahkan ke CS, setelah selesai sandi baru nasabah di ganti melalui mesin ATM CRM yang tersedia di Bank BRI
- h. Membantu mengisi laporan tahunan pada tahun 2024 di papan laporan
- i. Membantu teller menghitung uang menggunakan mesin hitung uang/*Money Counter*
- j. Membantu teller nge Ban uang dan memisah uang per kepala

Customer Service secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang Costumer Service ialah untuk memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dan ramah dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Customer Service juga harus bisa menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

Pembahasan

A. Strategi *Customer Service*

- Pengertian Strategi

Setiap pelaku usaha tentunya mempunyai tujuan dan cara tersendiri untuk kemajuan usahanya tersebut, baik itu dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut usaha atau bisnis perlu adanya rancangan dan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi atau rancangan antara pelaku usaha yang satu dengan yang lainnya tentunya berbeda, selain itu setiap pelaku usaha juga mempunyai kebijakan tersendiri yang digunakan dalam menjalankan proses strategi.

Sedangkan menurut beberapa tokoh mengatakan konsep strategi sebagai berikut: Menurut Chandler yang dikutip oleh Supriono dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis* mengatakan bahwa strategi adalah penentuan dasar goal jangka panjang dan tujuan perusahaan serta pemakaian cara cara dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.⁵

Menurut Basu Swastha dan Irawan dalam bukunya yang berjudul *Manajemen pemasaran Modern*. Strategi yaitu suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai suatu tujuan.⁶ Menurut Fuad Amsyari dalam bukunya yang berjudul *Strategi perjuangan Umat Islam Indonesia*. Strategi dan taktik adalah metode untuk memenangkan suatu persaingan.

Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa strategi adalah suatu rencana yang akan dilakukan dalam usaha untuk menghadapi persaingan. Jadi strategi dalam konteks penelitian ini adalah bagaimana Bank Rakyat Indonesia dalam meningkatkan pelayanan melalui *Customer Service*.

- Perencanaan Strategi

Dalam perencanaan strategi terdapat tiga tahap penting yang tidak dapat dilewatkan oleh oleh perusahaan ketika akan merencanakan strategi yaitu: perumusan strategi, impelmentas/penerapan strategi dan evaluasi strategi. Penjelasan tahapan perencanaan strategi:⁷

⁵ Supriono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1985), h. 8

⁶ Basu Swastha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 67

⁷ Fred R. David, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba empat, 2010), h. 6

- 1) Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan misi disertai analisa mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.
- 2) Implementasi strategi, merupakan langkah dimana strategi yang telah melalui identifikasi ketat terkait faktor lingkungan eksternal dan internal serta penyesuaian tujuan perusahaan mulai diterapkan atau diimplementasikan dalam kebijakan-kebijakan intensif dimana setiap divisi dan fungsional perusahaan berkolaborasi dan bekerja sesuai dengan tugas dan kebijakan masing-masing.
- 3) Evaluasi strategi, adalah tahap akhir setelah strategi ditetapkan dalam praktek nyata dinilai efektifitasnya terhadap ekspektasi dan pencapaian tujuan perusahaan

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, Strategi layanan pada Bank BRI yaitu BRI secara rutin melatih karyawan *Customer Service* untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, pengetahuan produk, dan kemampuan menangani keluhan. BRI menetapkan standar pelayanan yang tinggi untuk memastikan konsistensi dan kualitas layanan di seluruh cabang dan saluran layanan. BRI membangun budaya pelayanan yang berorientasi pada pelanggan, dengan menekankan keramahan, kesopanan, dan empati.

- Pengertian *Customer Service*.

Dalam ilmu manajemen *Customer Service* dapat dikatakan sebagai ilmu dan dapat juga dikatakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena *Customer Service* termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan dan *Customer Service* dapat dipelajari, diajarkan dan dipraktikkan. Sedangkan *Customer Service* dikatakan sebagai seni dikarenakan *Customer Service* sangat membutuhkan unsur kreatifitas, inisiatif dan keterampilan dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain. Jadi, *Customer Service* adalah ilmu dan seni tentang melayani nasabah sebagai ujung tombak perusahaan yang berada digaris paling depan dan bertugas melayani nasabah pada suatu perusahaan atau bank.⁸

A. Fungsi dan tugas *Customer Service*.⁹

- Sebagai receptionis Receptionis artinya *Customer Service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, *Customer Service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.
- Sebagai deskman Deksmen artinya seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank.
- Sebagai salesman Salesman artinya *Customer Service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.
- Sebagai customer relation officer Customer relation officer sebagai orang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa puas, senang dan makin percaya kepada bank.
- Sebagai komunikator Sebagai komunikator, *Customer Service* sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.¹⁰
- Sebagai sales (penjual) Sebagai sales (penjual) *Customer Service* dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito dan lain-lainnya.¹¹

B. Peranan *Customer Service*

Customer Service memegang peranan penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat, peranan *Customer Service* bank adalah:

- a) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setiap menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya, meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk.

C. Tahapan-tahapan *Customer Service* dalam melayani nasabah

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, melayani dalam hal ini terbagi dalam tiga tahap yaitu mengawali layanan, selama melayani, mengakhiri layanan.

a) Mengawali layanan

Yang dilakukan customer service saat mengawali layanan adalah sebagai berikut:

- 1) Berdiri pada saat menyambut nasabah.
- 2) Tersenyum pada saat menyambut nasabah.

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, h. 4-5

⁹ Afif, Faisal, dkk, Strategi dan Operasional Bank, (Bnadung: PT. ERESKO, 1996) h. 29

¹⁰ Kasmir, Etiket Customer Service, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 182

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kaulitas Layanan Perbankan, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014) h. 66

- 3) Ada kontak mata pada saat menyambut nasabah
- 4) Mengucapkan Assalamu'alaikum (selamat pagi/siang/sore)
- 5) Menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu
- 6) Menawarkan bantuan
- 7) Menggunakan nama nasabah selama melayani
- b) Selama melayani
Yang dilakukan customer service selama melayani nasabah adalah:
 - 1) Menanyakan nasabah sebelumnya telah memiliki rekening di Bank BRI
 - 2) Menanyakan nasabah sudah punya pilihan produk yang diinginkan
 - 3) Menanyakan nasabah jenis rekening yang dibuka (rekening pribadi/perusahaan)
 - 4) Menanyakan tujuan pembukaan rekening (simpanan, investasi, atau bisnis)
 - 5) Menanyakan jenis mata uang rekening yang dibuka (rupiah atau valuta asing)
 - 6) Menjelaskan persamaan dan perbedaan produk yang ditawarkan
 - 7) Menunjukkan dan menerangkan persyaratan sesuai produk yang ditawarkan
 - 8) Menerangkan transaksi online 24 jam (ATM)
 - 9) Menginformasikan layanan e-banking
 - 10) Menginformasikan bahwa produk simpanan dapat dijadikan agunan pembiayaan
 - 11) Menunjukkan dan menerangkan tentang adanya bagi hasil
 - 12) Menerangkan adanya biaya kelolaan rekening, dan biaya yang mungkin ada.
 - 13) Menerangkan fasilitas ATM dalam penarikan bisa dilakukan di semua mesin ATM dengan logo yang di kartu ATM yang di miliki
 - 14) Menerangkan mamfaat ATM sebagai kartu debit untuk belanja
- c) Mengakhiri layanan
Yang dilakukan oleh customer service pada saat mengakhiri layanan dapat memiliki 5 cara yaitu:
 - 1) Menanyakan apa masih ada yang bisa di bantu
 - 2) Mengucapkan terimah kasih
 - 3) Mengucapkan salam (dengan tetap menyebut nama nasabah).
 - 4) Ikut berdiri saat nasabah berdiri
 - 5) Duduk kembali setelah nasabah meninggalkan meja customer service.

D. Kualitas Pelayanan

Menurut KBBI, pelayanan dapat diartikan sebagai kemudahan yang diberikan terhadap jual beli. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Menurut pendapat Gronroos, pelayanan adalah salah satu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan untuk memecahkan permasalahan konsumen/nasabah. Sedangkan menurut pendapat Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun kepada yang menerimanya.

Bank yang berorientasi pada pelayanan akan membawa sukses besar, bank yang peka dalam melihat sikap emosional nasabah sebagai suatu indikator yang ditangani dengan sebaik-baiknya. Nasabah sangatlah penting, bagi bank nasabah merupakan *"the customer may not always be right, but the is always important"*. Alasan inilah yang menjadikan bank harus mengedepankan nasabah begitu pula dengan nasabah yang menjadi titik keberuntungan bagi bank.

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedianya personil yang baik.¹²
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir dalam menjalankan kegiatan pelayanan.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada setiap nasabah.¹³
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan kepada setiap transaksi.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.¹⁴

Menurut konsep ServQual (Service Quality) dalam memberikan pelayanan jasa yang baik terdapat lima dimensi penentu kualitas jasa pelayanan di antaranya : berwujud (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, menurut informan yaitu salah satu nasabah Bank BRI, Kualitas Pelayanan *Customer Service* pada Bank BRI sudah memenuhi syarat

¹² Ivonne Wood, Layanan Pelanggan, h. 6

¹³ Ivonne Wood, Layanan Pelanggan, h. 8

¹⁴ Ivonne Wood, Layanan Pelanggan, h. 9

atau kriteria, Bank BRI memberikan respons yang baik terhadap keluhan dan berusaha untuk menyelesaikan masalah dengan adil.

KESIMPULAN

Customer Service secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* ialah untuk memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat.

Strategi *Customer Service* dalam memberikan pelayanan ada dua kategori di antaranya strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas di bagian *Customer Service* harus bersikap ramah, komunikatif, name tag yang selalu diperlihatkan. Sedangkan strategi pelayanan yang utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, sosial, peduli lingkungan dan inovasi. Peran *Customer Service* merupakan salah satu hal yang penting terhadap kepuasan nasabah, karena dengan adanya *Customer Service*, nasabah akan mendapatkan segala informasi. Pelayanan *Customer Service* memberikan kemudahan kepada nasabah. Karena *Customer Service* merupakan penghubung bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan atau produk jasa yang tersedia di bank.

Upaya yang dilakukan *Customer Service* terhadap pelayanan kepada nasabah dapat mengetahui keinginan mereka untuk menggunakan jasa dari PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember. Terciptanya kepuasan nasabah menunjukkan adanya sikap dari nasabah terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember. Hal ini juga terlihat dari jawaban para nasabah bahwa mereka merasa sangat puas dengan pelayanan *Customer Service* yang diberikan kepada nasabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh jajaran pimpinan BRI KC Jember, BRI Unit Rambipuji, Sempusari dan Ajung, karyawan dan segenap nasabah sebagai objek pengabdian. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- BARTI SAHBAHIKA. (2022). *Laporan Kerja Praktek Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Rupa Kantor Cabang Dumai Bagian Pelayanan (Operasional)*.
- Imelda, S. (2017). *Kualitas Pelayanan Customer Service Veteran Banjarmasin*. 17(2), 105–115.
- Masruroh, N. (2024). *Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah*.
- NIRWA. (2018). *Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)*.
- Tamara, V., & Abdullah, D. (2023). *Article History: Received: April 07*. 1(2), 451–456.
- Adi S. Widjojo dan Weman Suardy, *Analisis Strategi Pelayanan Oleh Front Liner dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Central Asia Tbk Capen Mayor Okin*, Jurnal Ilmiah Kesatuan, No. 02, Vol. 11, Oktober 2009, STIE Kesatuan
- Afif, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank*, Bnadung: PT. ERESKO, 1996.
- Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah Bandung*: Pustaka Setia, 2003.
- Basu Swastha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publick, dan Ilmu Sosial*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003
- Ernie Tisnawati Sule, Kurniawan Saifullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Prenada Media, 2005.