

Peran Strategis Customer Service Dalam Optimalisasi Layanan Perbankan Di PT Bank Mandiri Taspen Jember

Toton Fanshurna^{1*}, Faikoh², Afidatur Rizqiyah³, Moh Aldi Sofyan⁴

¹Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

²Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

³Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

⁴Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

^{1*}totonfanshurna@uinkhas.ac.id, ²faikohaimah43@gmail.com, ³afidaturizqi10@gmail.com, ⁴aldisofyan526@gmail.com

Abstrak

Dalam sektor perbankan, kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah. *Customer Service* (CS) berperan sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan, menangani keluhan, serta menyampaikan informasi terkait produk dan layanan perbankan. Seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan, tuntutan terhadap peran CS semakin tinggi untuk memastikan kepuasan nasabah serta memperkuat citra positif bank. Namun, kajian spesifik mengenai kontribusi CS dalam meningkatkan kualitas layanan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas peran CS dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CS memiliki peran signifikan dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah melalui komunikasi yang baik, pelayanan cepat, serta penyelesaian masalah yang efektif. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan tenaga kerja, adaptasi terhadap layanan digital, dan meningkatnya harapan nasabah. Oleh karena itu, diperlukan strategi peningkatan keterampilan melalui pelatihan rutin, optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, serta perbaikan sistem antrian guna meningkatkan efisiensi layanan.

Kata Kunci: Peran strategis, Customer Service, Optimalisasi layanan, Perbankan.

PENDAHULUAN

Dalam sektor perbankan, kualitas layanan terhadap nasabah merupakan faktor krusial dalam menjaga kepercayaan serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Marwanah, 2022; Ahmadi, 2024; Nurdiansyah, 2023). *Customer Service* (CS) berperan sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan, menangani keluhan, serta menyampaikan informasi terkait produk dan layanan perbankan (Octavia, 2020; Lutfiatin, 2022; Azhari, 2022; Ratnasari, 2023). Seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin ketatnya persaingan antarbank, tuntutan terhadap peran CS semakin meningkat guna memastikan kepuasan nasabah serta memperkuat citra positif lembaga keuangan tersebut (Gusneli, 2020).

Urgensi untuk menelaah peran CS dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan semakin relevan mengingat meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap pelayanan yang cepat, responsif, dan berkualitas tinggi (Najamuddin, 2024; Rahmawati, 2020). Berbagai lembaga perbankan telah mengimplementasikan inovasi guna memperbaiki layanan mereka, baik melalui penguatan sumber daya manusia (SDM), pemanfaatan teknologi digital, hingga penyediaan layanan berbasis aplikasi (Irsyad, 2024). Namun, keberhasilan peningkatan layanan tetap bergantung pada kompetensi serta profesionalisme CS dalam menjalankan tugasnya secara efektif (Darmayani, 2022).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas tentang layanan perbankan serta dampak peran CS terhadap kepuasan nasabah (Evalin, 2021; Fadilah, 2022; Akmalia, 2022; Susilawaty, 2020; Istiqomah, 2024). Studi-studi tersebut umumnya menyoroti aspek kepuasan, loyalitas, serta strategi layanan yang diterapkan oleh bank. Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik meneliti kontribusi CS dalam meningkatkan kualitas layanan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember masih terbatas. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas peran CS di institusi tersebut.

Di lapangan, banyak ditemukan keluhan dari nasabah terkait dengan durasi pelayanan, kualitas interaksi, serta pemahaman CS terhadap kebutuhan pelanggan. Walaupun PT. Bank Mandiri Taspen Jember telah menerapkan berbagai strategi dalam meningkatkan layanan, masih terdapat sejumlah kendala seperti keterbatasan tenaga kerja, adaptasi terhadap sistem layanan digital, serta perlunya peningkatan pelatihan secara berkelanjutan bagi tenaga CS. Selain itu, dalam beberapa kasus, nasabah masih mengalami kesulitan dalam memperoleh solusi yang cepat dan tepat dari CS. Fenomena ini mencerminkan adanya tantangan yang perlu diatasi agar layanan perbankan dapat lebih optimal.

Kesenjangan penelitian yang muncul adalah kurangnya kajian yang secara spesifik membahas efektivitas peran CS dalam meningkatkan kualitas layanan di bank. Beberapa penelitian lebih banyak berfokus pada aspek pelayanan bank secara umum

atau strategi digitalisasi, namun belum secara komprehensif mengupas kontribusi CS baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari tim dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan yang lebih spesifik dalam menganalisis peran CS di PT. Bank Mandiri Taspen Jember, yang belum banyak diungkap dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini tidak hanya mengevaluasi kinerja CS berdasarkan kepuasan nasabah, tetapi juga mengidentifikasi berbagai tantangan internal seperti keterbatasan tenaga kerja serta adaptasi terhadap layanan digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas CS serta menawarkan solusi konkret yang dapat diterapkan oleh pihak bank guna meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran CS dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen bank untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan sistem layanan CS, meningkatkan efisiensi operasional, serta merancang program pelatihan yang lebih efektif bagi tenaga CS. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat loyalitas pelanggan, serta mendorong pertumbuhan bisnis bank secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis peran strategis *Customer Service* (CS) dalam mengoptimalkan layanan perbankan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Metode penelitian ini mencakup beberapa tahapan yang sistematis guna memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

1. Tahapan Penelitian.

Penelitian ini diawali dengan tahap identifikasi masalah, di mana peneliti merumuskan permasalahan berdasarkan studi literatur dan fenomena di lapangan terkait efektivitas peran CS dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan. Setelah permasalahan teridentifikasi dengan jelas, penelitian dilanjutkan dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen yang berkaitan dengan kebijakan serta prosedur pelayanan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menginterpretasikan pola pelayanan CS serta mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap optimalisasi layanan perbankan. Selanjutnya, tahap interpretasi dan penyimpulan dilakukan dengan mengolah hasil analisis guna menarik kesimpulan serta menyusun rekomendasi strategis bagi pihak bank dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi peran CS dalam melayani nasabah.

2. Metode Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi, yang dapat diuraikan pada table berikut:

Tabel 1. Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik	Deskripsi
1	Observasi	Pengamatan langsung terhadap interaksi CS dengan nasabah di PT. Bank Mandiri Taspen Jember untuk menilai efektivitas pelayanan.
2	Wawancara	Wawancara mendalam dengan CS, manajemen bank, dan nasabah untuk memahami strategi pelayanan serta tantangan dalam implementasi layanan yang optimal.
3	Dokumentasi	Studi terhadap dokumen kebijakan pelayanan, laporan kepuasan pelanggan, serta prosedur dan standar operasional layanan CS.

3. Pengujian Metode Penelitian.

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, dilakukan pengujian melalui teknik triangulasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai pihak, termasuk wawancara dengan CS, manajemen bank, dan nasabah, serta analisis dokumen terkait kebijakan pelayanan. Selanjutnya, triangulasi teknik diterapkan dengan mengombinasikan beberapa metode pengumpulan data, seperti observasi langsung, wawancara, dan studi dokumentasi, guna meningkatkan validitas temuan. Selain itu, triangulasi waktu diterapkan dengan melakukan observasi dan wawancara dalam kurun waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi data serta menghindari bias temporal. Dengan penerapan triangulasi ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih objektif, akurat, dan dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi optimalisasi peran CS dalam meningkatkan layanan perbankan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *Customer Service* (CS) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan dan kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Taspen Jember. CS bertindak sebagai jembatan utama antara nasabah dan layanan perbankan, bertanggung jawab dalam memberikan informasi mengenai berbagai produk dan layanan, membantu penyelesaian transaksi, serta menangani keluhan nasabah dengan cepat dan efektif.

Hasil wawancara dengan nasabah mengindikasikan bahwa aspek-aspek seperti keramahan, kesiapan, keterampilan komunikasi, dan empati yang ditunjukkan oleh CS sangat berpengaruh terhadap kepuasan mereka. Nasabah yang merasa

dilayani dengan baik cenderung lebih percaya terhadap layanan perbankan, lebih loyal terhadap bank, serta lebih mungkin merekomendasikan layanan bank kepada orang lain. Sebaliknya, nasabah yang mengalami pelayanan kurang memuaskan, seperti lambatnya respons terhadap keluhan atau kurangnya informasi yang diberikan, cenderung merasa frustrasi dan bahkan dapat mempertimbangkan untuk beralih ke bank lain.

Lebih lanjut, observasi menunjukkan bahwa CS juga berperan dalam membangun citra positif bank. Cara mereka menangani setiap interaksi dengan nasabah, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi lainnya, mencerminkan profesionalisme dan kredibilitas bank. Keahlian mereka dalam menjelaskan manfaat produk, memberikan solusi yang cepat terhadap masalah nasabah, serta menciptakan pengalaman layanan yang menyenangkan berkontribusi besar dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat tantangan yang masih perlu diatasi untuk memaksimalkan peran CS dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Salah satu kendala utama adalah waktu tunggu yang relatif lama terutama pada jam operasional yang sibuk. Hal ini sering kali disebabkan oleh jumlah tenaga CS yang terbatas dibandingkan dengan volume nasabah yang dilayani. Selain itu, kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan CS juga menjadi faktor yang memperlambat proses pelayanan.

Dalam konteks digitalisasi perbankan, CS juga perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan (Sudrajat, 2025; Irsyad, 2024; Ardianto, 2024). Implementasi layanan berbasis digital seperti *chatbot*, layanan otomatisasi dalam menangani pertanyaan umum, serta peningkatan sistem antrian digital dapat membantu mengurangi beban kerja CS dan mempercepat respons terhadap kebutuhan nasabah (Ohyver, 2025; Maulana, 2024). Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kapasitas tenaga kerja CS, penguatan pelatihan yang berfokus pada komunikasi efektif dan pengetahuan produk, serta integrasi teknologi yang lebih baik guna meningkatkan kualitas layanan perbankan secara menyeluruh.

2. Tantangan dalam Pelayanan *Customer Service*.

Pelayanan didefinisikan dalam kamus bahasa Indonesia sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan orang lain, sedangkan "melayani yaitu membantu menyiapkan (Membantu apa yang diperlukan seseorang)." Pelayanan pada dasarnya adalah serangkaian tindakan yang merupakan suatu proses. Seluruh kehidupan orang dalam masyarakat termasuk proses menyediakan kebutuhan melalui aktivitas orang lain, yang merupakan proses pelayanan yang berlangsung secara teratur dan berkelanjutan. Untuk memastikan bahwa pelanggan merasa nyaman dan nyaman saat berinvestasi dan menabung di bank, para karyawan berusaha memberikan layanan yang prima, kondusif, dan efisien.

Bank harus mempertahankan reputasi yang baik di masyarakat. Kualitas produk, layanan, dan keamanan adalah kunci untuk membangun kepercayaan. Tanpa reputasi yang baik, kepercayaan tidak akan terbangun. Bank harus menyiapkan karyawan yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya untuk meningkatkan citra perbankan. Karyawan yang diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan ini disebut *customer service* (CS). (Pratiwi, Wahyuningsih, & Az, 2023)

Meskipun CS memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan kepuasan nasabah, terdapat berbagai tantangan yang masih harus dihadapi oleh PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Tantangan ini mencakup aspek sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, serta efektivitas layanan yang diberikan. Salah satu tantangan utama yang ditemukan adalah jumlah tenaga CS yang terbatas, terutama pada jam-jam operasional yang memiliki lonjakan jumlah nasabah. Keterbatasan ini menyebabkan peningkatan waktu tunggu bagi nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan, baik dalam hal penyelesaian transaksi maupun penanganan keluhan. Akibatnya, nasabah sering kali merasa tidak puas karena harus mengantre dalam waktu yang lama untuk mendapatkan layanan yang dibutuhkan.

Meskipun PT. Bank Mandiri Taspen Jember telah mengadopsi beberapa layanan berbasis digital, pemanfaatannya masih belum optimal dalam mendukung operasional CS. Banyak nasabah masih lebih memilih interaksi langsung dengan CS dibandingkan menggunakan layanan digital, yang menunjukkan bahwa sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat teknologi perbankan digital masih perlu ditingkatkan. Selain itu, sistem layanan otomatis yang tersedia belum sepenuhnya mampu menggantikan peran CS dalam menangani pertanyaan dan keluhan nasabah secara cepat dan efektif.

Kualitas layanan yang diberikan oleh CS sangat bergantung pada kompetensi dan keterampilan mereka dalam berkomunikasi, memahami produk perbankan, serta menangani keluhan nasabah. Namun, penelitian ini menemukan bahwa program pelatihan bagi CS masih perlu ditingkatkan, baik dalam aspek keterampilan komunikasi, pelayanan prima, maupun pemahaman terhadap teknologi perbankan digital. Dengan keterbatasan pelatihan ini, beberapa CS masih mengalami kesulitan dalam memberikan solusi yang cepat dan tepat kepada nasabah.

Sistem antrian yang diterapkan di PT. Bank Mandiri Taspen Jember masih memerlukan penyempurnaan agar lebih efisien. Pada jam sibuk, jumlah nasabah yang menunggu pelayanan sering kali melebihi kapasitas yang dapat ditangani oleh CS, sehingga menyebabkan penumpukan nasabah di area pelayanan. Hal ini tidak hanya mempengaruhi kenyamanan nasabah, tetapi juga menurunkan efisiensi pelayanan secara keseluruhan.

Dalam era digital saat ini, nasabah memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan perbankan, terutama dalam hal kecepatan, kemudahan, dan personalisasi layanan. Nasabah menginginkan pelayanan yang cepat tanpa harus menunggu lama, serta solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, CS perlu meningkatkan kapasitas dalam memberikan layanan yang lebih proaktif, personal, dan berbasis teknologi agar dapat memenuhi harapan nasabah dengan lebih baik.

Dengan mengidentifikasi berbagai tantangan ini, diperlukan strategi yang komprehensif untuk mengoptimalkan peran CS dalam meningkatkan kepuasan nasabah, termasuk peningkatan jumlah tenaga kerja, pemanfaatan teknologi digital secara maksimal, serta penguatan program pelatihan bagi CS guna meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung operasional CS. Meskipun bank telah

mengadopsi layanan berbasis digital, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mengurangi beban kerja CS dalam menangani pertanyaan dan keluhan nasabah. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tingginya ketergantungan nasabah pada layanan tatap muka.

3. Strategi Optimalisasi Peran *Customer Service*.

Berdasarkan hasil temuan, diperlukan strategi optimalisasi yang mencakup berbagai aspek untuk meningkatkan peran CS dalam memberikan pelayanan yang lebih efektif dan efisien kepada nasabah. Strategi ini tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah tenaga kerja, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi serta penguatan keterampilan SDM dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Adapun strategi tersebut meliputi:

a. Penambahan dan Optimalisasi Tenaga *Customer Service*.

Salah satu langkah utama dalam meningkatkan kualitas layanan adalah dengan menyesuaikan jumlah tenaga CS dengan volume nasabah yang dilayani. Bank perlu melakukan evaluasi terhadap kepadatan layanan di berbagai jam operasional untuk menentukan titik-titik kritis yang membutuhkan tambahan tenaga kerja. Selain itu, optimalisasi tenaga kerja juga dapat dilakukan dengan sistem pembagian tugas yang lebih efisien, sehingga pelayanan menjadi lebih cepat dan responsive (Oktafiani, 2024).

b. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Efisiensi Layanan.

Dalam rangka mengurangi beban kerja CS serta meningkatkan pengalaman nasabah, penerapan teknologi digital sangat diperlukan (Ngamal, 2022). Penggunaan sistem chatbot berbasis kecerdasan buatan (AI) dapat membantu menangani pertanyaan umum nasabah tanpa harus selalu melibatkan tenaga CS secara langsung (Raihan, 2024). Selain itu, implementasi aplikasi perbankan yang lebih interaktif dan layanan digital *self-service* dapat mengurangi ketergantungan nasabah pada layanan tatap muka (Herman, 2023).

c. Peningkatan Kompetensi dan Pelatihan *Customer Service*.

Agar dapat memberikan layanan yang optimal, tenaga CS perlu mendapatkan pelatihan berkala terkait keterampilan komunikasi, pemecahan masalah, serta pemahaman terhadap berbagai produk dan layanan perbankan. Pelatihan ini juga harus mencakup peningkatan kapasitas dalam menggunakan teknologi digital agar CS dapat membantu nasabah dalam beradaptasi dengan layanan perbankan modern (Syabatulah, 2024). Selain itu, program sertifikasi pelayanan prima dapat menjadi indikator kompetensi bagi tenaga CS dalam memberikan pengalaman layanan terbaik bagi nasabah (Rahayu, 2020).

d. Penyempurnaan Sistem Manajemen Antrian.

Efektivitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan menerapkan sistem antrian digital yang memungkinkan nasabah untuk mengambil nomor antrian secara online, sehingga mereka tidak perlu menunggu terlalu lama di lokasi bank. Sistem ini juga dapat memberikan estimasi waktu pelayanan, sehingga nasabah memiliki pengalaman yang lebih nyaman saat mengakses layanan bank. Selain itu, pengelolaan antrian berbasis data juga memungkinkan bank untuk mengalokasikan tenaga kerja secara lebih efektif sesuai dengan kebutuhan di waktu tertentu (Wiranda, 2022).

e. Penguatan Strategi Layanan Berbasis *Customer Experience*.

Dalam meningkatkan kepuasan nasabah, bank perlu mengadopsi pendekatan layanan berbasis pengalaman nasabah (*customer experience*) (Becker, 2020). Strategi ini melibatkan pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi nasabah, serta menciptakan interaksi yang lebih personal dalam setiap layanan yang diberikan (Jannah, 2022). Dengan demikian, nasabah akan merasa lebih diperhatikan dan mendapatkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap bank.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, diharapkan peran CS dapat lebih optimal dalam memberikan pelayanan yang tidak hanya responsif dan efisien, tetapi juga mampu memenuhi ekspektasi nasabah di era digital yang semakin berkembang. Berdasarkan hasil temuan, diperlukan strategi optimalisasi yang mencakup beberapa aspek berikut: (a) Penambahan tenaga CS, dilakukan untuk mengatasi kendala keterbatasan SDM, bank perlu menambah jumlah tenaga CS terutama pada jam-jam operasional yang memiliki volume transaksi tinggi. (b) Pemanfaatan teknologi digital, dimana penerapan sistem chatbot dan layanan otomatis berbasis digital dapat mengurangi beban kerja CS dalam menangani pertanyaan umum dari nasabah. (c) Peningkatan kompetensi SDM, yaitu melalui pelatihan berkala bagi CS diperlukan guna meningkatkan keterampilan komunikasi, kecepatan pelayanan, serta pemahaman terhadap berbagai produk dan layanan perbankan. (d) Penyempurnaan manajemen antrian, dimana implementasi sistem antrian berbasis digital dapat membantu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi layanan.

Tabel 2. Temuan Utama Penelitian

No	Temuan	Implikasi
1	CS berperan sebagai garda terdepan dalam kepuasan nasabah.	Perlu peningkatan kompetensi dan pelatihan berkala bagi CS.
2	Waktu tunggu layanan masih menjadi kendala utama.	Dibutuhkan strategi pengelolaan antrian dan peningkatan jumlah tenaga CS.
3	Pemanfaatan teknologi dalam pelayanan masih terbatas.	Implementasi sistem digital untuk mempercepat pelayanan CS.

Dengan temuan ini, penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi PT. Bank Mandiri Taspen Jember dalam menyusun strategi optimalisasi layanan CS guna meningkatkan kepuasan nasabah dan daya saing bank di industri perbankan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Service* (CS) memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Taspen Jember. Sebagai ujung tombak dalam pelayanan, CS berkontribusi dalam membangun loyalitas dan kepercayaan nasabah melalui komunikasi yang baik, pelayanan cepat, serta kemampuan menyelesaikan masalah dengan efektif. Namun, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan jumlah tenaga kerja, kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital, serta meningkatnya harapan nasabah terhadap kualitas layanan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan strategi seperti menambah tenaga CS, meningkatkan keterampilan melalui pelatihan rutin, memanfaatkan teknologi digital secara lebih maksimal, dan menyempurnakan sistem antrian agar pelayanan lebih efisien dan nyaman bagi nasabah.

Meskipun penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang peran CS dalam layanan perbankan, masih ada beberapa aspek yang belum diteliti secara mendalam. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga belum ada pengukuran angka pasti mengenai pengaruh CS terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu, dampak transformasi digital terhadap layanan CS juga belum dieksplorasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif agar mendapatkan data yang lebih terukur dan membandingkan efektivitas layanan CS di bank yang telah menerapkan digitalisasi dengan yang masih menggunakan cara konvensional. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mencari strategi baru dalam pelayanan CS agar lebih sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih kepada PT. Bank Mandiri Taspen Jember yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian serta kepada seluruh narasumber, baik *Customer Service* maupun nasabah, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai dan memberikan data yang berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15-25.
- Akmalia, N., & Alam, A. P. (2022). Pengaruh Service Excellence Oleh Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Kcp Stabat. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 58-68.
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Dewi, L. O. A., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi digital dan antisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80-88.
- Azhari, M. (2022). Kontribusi Customer Service dalam Mengatasi Keluhan (Handling Complaint) untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Nagari Syariah Cabang Batusangkar.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the academy of marketing science*, 48, 630-648.
- Darmayani, N. (2022). *Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah (Studi Kasus: Bank Muamalat KCP Metro)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro).
- Evalin, Z. Z., Sukartaatmadja, I., & Mulyadi, M. N. (2021). Analisis Peran Kinerja Customer Service Dan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.
- Fadilah, A., & Hasibuan, I. H. (2022). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Al-fatih Global Mulia*, 4(2), 107-120.
- Gusneli, R. (2020). Strategi Pengelolaan Tabungan Mabur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.
- Herman, H., Ramli, R., & Adinugroho, I. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Self Service Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Mamuju. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2), 29-46.
- Istiqomah, K., Hafiz, A. P., & Saputra, A. H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan customer service dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 268-286.
- Jannah, M. (2022). *Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Lutfiatin, V. (2022). *Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Kidul Wonosari Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Prinsip Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

- Marwanah, S., & Shihab, M. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), 2804-2822.
- Maulana, M. R., & Aulia, H. (2024). Qualitative Exploration of Customer Experiences with Artificial Intelligence (AI) Based Customer Service in the Banking Sector. *JICOMP: Journal of Informatics and Computer*, 1(2), 7-14.
- Najamuddin, A. (2024). *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Ngamal, Y., & Perajaka, M. A. (2022). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 59-74.
- Nurdiansyah, A. F., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Unit Kartasura. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 22-31.
- Octavia, Y., & Alexandro, R. (2020). Efektivitas Customer Service (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial dan Administrasi Negara*, 4(1).
- Ohhyver, D. A., Judijanto, L., Islahuddin, I., Apriyanto, A., Kalsum, E. U., & Anas, M. (2025). *Transformasi Industri Perhotelan di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Oktafiani, D. M. (2024). *Optimalisasi Layanan Customer Service dalam Upaya Mitigasi Risiko Operasional di PT BPR BKK Purwodadi (Perseroda) Cabang Gabus* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Pratiwi, A., Wahyuningsih, L., & Az, S. A. (2023). Sosialisasi Pelayanan dan Produk di Bank Muamalat KCP Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan (JPML)*, 2(1), 13
- Rahayu, N. E. E. (2020). Kepemilikan Sertifikasi Kompetensi Dalam Seleksi Frontliners Bank Syariah Bumh di Yogyakarta. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 1-18.
- Raihan, M., Nasution, M. L. I., & Daulay, A. N. (2024). Analisis Dampak Perkembangan Teknologi AI Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Bank Syariah (Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Ringroad). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 2049-2062.
- Ratnasari, V. Dwi. (2023). *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pelayanan Customer Service (Studi Pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Sudrajat, I. (2025). Banking Service Mindset. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 2(1), 1-8.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179-190.
- Syabatullah, S., & Tambunan, K. (2024). Kompetensi Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah pada Kantor Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 342-361.
- Wiranda, D. (2022). Analisis Sistem Antrian Layanan Teller Dengan Menggunakan Metode Multi Channel-Single Phase (M/M/S) Untuk Mengoptimalkan Pelayanan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 71-80.