BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Menurut Kasmir 2019: 14 Bank adalah lembaga keuangan yang memiliki peran penting dalam menghimpun dana dari masyarakat. Dana tersebut dikumpulkan dalam bentuk simpanan seperti tabungan, giro, dan deposito. Selanjutnya, bank menyalurkan dana itu kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit.

Menurut Suyanto 2018 Bank adalah lembaga yang kegiatan utamanya berkaitan dengan penghimpunan dana dari masyarakat. Dana yang dihimpun kemudian disalurkan kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Selain itu, bank juga menyediakan berbagai jasa keuangan lainnya untuk mendukung kebutuhan nasabah.

Adapun pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa, peran bank sebagai

lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian, baik dalam menyediakan layanan simpanan, kredit, dan berbagai jasa keuangan lainnya untuk mendukung kebutuhan masyarakat dan perekonomian secara umum.

2.1.2 *Customer service*

Customer service atau layanan pelanggan adalah aspek penting dalam bisnis perbankan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Menurut Tjipto,Fandy dan Chandra, 2016 Kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap *Shareholder value*, walaupun dampaknya bervariasi.

Dalam konteks perbankan, *customer service* tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai *salesman* yang mempromosikan produk dan layanan bank. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* sangat berpengaruh terhadap persepsi nasabah terhadap bank, sehingga penting bagi mereka untuk memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan sikap yang ramah. Menurut Tantonio et al., 2024 Di dalam bank, fokus terpenting dalam pelayanan nasabah adalah melayani dan membangun keterikatan dengan masyarakat luas. Secara umum konsep pelayanan adalah pekerjaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan layanan yang dapat memuaskan keperluan dan keinginannya.

Kualitas layanan *customer service* dapat diukur melalui beberapa dimensi, Kualitas layanan *customer service* dapat diukur melalui lima dimensi utama:

keandalan *(reliability*), yaitu kemampuan bank memberikan layanan yang akurat dan konsisten; daya tanggap *(responsiveness),* yaitu kecepatan dan efektivitas dalam merespons kebutuhan nasabah; jaminan *(assurance)*, yaitu kemampuan memberikan rasa aman dan percaya diri melalui kompetensi staf; empati (*empathy),* yaitu memahami dan merespons kebutuhan emosional nasabah; serta bukti fisik *(tangibles)*, seperti fasilitas fisik dan tampilan visual yang menarik. Dengan memperhatikan dimensi-dimensi ini, bank dapat menciptakan pengalaman positif, meningkatkan kepuasan, dan membangun loyalitas nasabah. Menurut Mursyid et al., (2023) Menyatakan semakin baik kualitas pelayanan maka kepercayaan nasabah semakin tumbuh, sehingga kepercayaan nasabah maka akan semakin baik.

Customer service (CS) juga harus menjaga kesetiaan atau loyalitas nasabah lama agar tetap menjadi nasabah. Oleh karena itu tugas *Customer service (CS)* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia lembaga keuangan untuk menjaga nasabahnya. Menurut Tjipto,Fandy dan Chandra, (2016) Jika kinerja actual lebih rendah dibandingkan ekspetasi, maka konsumen akan tidak puas.

Untuk menjalankan kegiatannya, *Customer service (CS)* diberikan peran tertentu yang berbeda dengan bidang lainnya. Menurut Tantonio et al., 2024 *Customer service* harus dapat memberikan informasi yang mudah dimengerti dan dapat dipahami kepada nasabah mengenai produk dan layanan perbankan.

1. Berusaha Mempertahankan Nasabah artinya agar nasabah lama tetap setia

menjadi nasabahnya dan tidak lari ke perusahaan lain. Nasabah lama juga dipengruhi untuk menambah jumlah transaksinya. Mempertahankan nasabah lama melalui pelayanan yang lebih baik dan pembinaan yang lebih akrab dengan nasabah.

Beruasaha Mendapatkan Nasabah Baru

2. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan bapak/ibu, apa yang dapat kami bantu.
3. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
4. Tekun mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik *Customer service* harus tekun mendengarkan pembicaraan nasabah dan berusaha menerima keluhan nasabah dengan baik. Dengan begitu, nasabah akan merasa dihargai dengan baik.
5. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar Berbicara jelas dengan

bahasa yang baik dan benar adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia. Suara yang digunakan juga harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah sulit yang tidak dipahami oleh nasabah.

Dalam konteks perbankan, *customer service* mencakup semua interaksi yang dilakukan oleh bank dengan nasabah untuk memenuhi kebutuhan mereka, menjawab pertanyaan, dan menyelesaikan masalah. Layanan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap bank. Menurut Yulianto, (2018) Kualitas pelayanan akan menmberikan dorongan tersendiri bagi pelanggan untuk menjalin ikatan keterkaitan secara emosional.

2.1.2.1 Fungsi *Customer service*

Fungsi utama *customer service* adalah sebagai jembatan antara bank dan nasabah. *Customer service* berperan dalam memberikan informasi yang diperlukan nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan, serta membantu mereka dalam proses transaksi. Dengan demikian, *customer service* tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, Menurut Tantonio et al., (2024) pelayanan yang diberikan pada nasabah saat melakukan pelayanan sudah dijalankan sesuai dengan prosedur tetapi juga berperan dalam membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara bank dan nasabah. Dalam praktiknya fungsi *customer*

service adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *Resepsionis* Seorang *customer service* bertindak sebagai penerima tamu yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan *customer service* memberikan perhatian dan ucapan salam kepada nasabah yang datang dan berbicara dengan jelas.

2. Sebagai *Deskman* Seorang *customer service* bertindak sebagai pemberi informasi mengenai produk perbankan, menjelaskan manfaat atau karakteristik produk yang akan digunakan menjawab pertanyaan nasabah. Brosur dan formulir sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan, dan membantu pengisian formulir aplikasi secara lengkap sesuai dengan transaksi nasabah.

3. Sebagai *Salesman* Seorang *customer service* bertindak atau berusaha untuk menjual produk perbankan diperlukan pendekatan-pendekatan kepada nasabah untuk sedia menggunakan produknya dan juga berusaha mencari nasabah baru. Keluhan dan permasalahan nasabah juga perlu diperhatikan sebab menjadi tolak ukur untuk kinerja *customer service.*

4. Sebagai *Customer Relation Officer* Seorang *customer service* bertindak sebagai penghubung antara bank dengan nasabah. Bukan tidak mungkin nasabah pindah ke lain bank karena pelayanan yang kurang, sehingga

diperlukan hubungan yang baik antara bank dengan nasabah agar nasabah senang, puas dan percaya untuk menggunakan jasa dan produk yang kita miliki.

5. Sebagai Komunikator Seorang *customer service* bertindak sebagai pemberi segala informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan serta memberi kemudahan kepada nasabah. Selain itu juga sebagai tempat menampung keluhan dan sarana konsultasi nasabah. Hal ini untuk menjaga hubungan baik dan lancar antara bank dengan nasabah.

2.1.2.2 Tugas *Customer service*

Menurut Rahadi & Majid, (2021) bahwa *customer service* berkaitan dengan kebijakan serta pelaksanaan untuk melayani konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan mengenai pelayanan yang diberikan. Mempertahankan nasabah lama sebenarnya lebih sulit dibandingkan menarik nasabah baru. Kesalahan juga akan berdampak buruk pada jalur karier *customer service* itu sendiri. Menurut Tugas-tugas *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Mendengarkan dan mencatat keluhan nasabah (*Walk in dan By phone*) dan menyelesaikannya dalam batas wewenang yang dimiliki atau meneruskan kepada *Officer Operasional.*

2. Memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk dan jasa bank.

3. Melayani nasabah maupun calon nasabah sesuai dengan standar layanan.

4. Melakukan *follow up* atas keluhan nasabah sesuai dengan sistem prosedur sehingga dapat diselesaikan dengan baik sesuai ketentuan.

5. Melayani administrasi pembukaan dan penutupan rekening.

6. Melayani *print out* rekening nasabah serta informasi saldo nasabah pemilik rekening.

7. Menerima dokumen permohonan kredit dan menjelaskan ketentuan produk kredit bank kepada debitur.

8. Melayani permintaan pembuatan maupun penutupan kartu ATM serta penggantian kartu ATM dan *passbook* sesuai dengan aplikasi yang diisi dan ditandatangani oleh nasabah.

2.1.2.3 Syarat *Customer service*

Persyaratan *customer service* Menurut Rahadi & Majid, (2021) Perusahaan pada *sector* produk berbeda dengan perusahaan yang menawarkan jasa, dimana pada perusahaan jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga harus mengoptimalkan bagian *customer service* nya untuk membentuk persepsi perusahaan yang baik dipikiran konsumen nya.

Menurut Tantonio et al., 2024 Dalam memberikan layanan nasabah yang luar

biasa ditentukan oleh sikap dan perilaku pegawai bank, khususnya wajah bank: layanan nasabah. adalah sebagai berikut:

a. Persyaratan fisik

   Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat badan, misalnya seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165cm. Kemudian harus memiliki wajah yang menarik dan menawan. Petugas *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya, seorang *customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Di samping itu, petugas harus memiliki penampilan yang menarik, badan, dan pakaian rapi dan bersih, serta mempunyai badan yang seimbang antara berat dan tinggi.

b. Persyaratan mental

   Customer service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah marah atau emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab.

c. Persyaratan kepribadian

   Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti

murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengesankan *(first impression)* perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran, dan rasa tidak puas.

d. Persyaratan sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti yang luhur, pandai bergaul, pandai bicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerja sama dengan berbagai pihak. Persyaratan tersebut sebagai acuan kriteria untuk melalukan pemilihan karyawan yang ditugaskan di bagian *customer service.*

2.1.3 Kinerja

2.1.3.1 Kinerja *Customer service*

Kinerja *customer service* adalah indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana layanan pelanggan dapat memenuhi harapan nasabah. Menurut Tjipto,Fandy dan Chandra, 2016, kinerja *customer service* dapat dinilai berdasarkan beberapa aspek, seperti kecepatan layanan, ketepatan informasi, sikap ramah, dan kemampuan menyelesaikan masalah. Kinerja yang baik akan menciptakan

kepuasan nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah.

Menurut Evalin et al., 2021 Untuk mengetahui apakah peran kinerja *customer service*. Akan meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank BJB Kompetensi karyawan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dimiliki oleh petugas *customer service* dalam memberikan layanan kepada nasabah. Ketersediaan teknologi, seperti sistem informasi yang efisien, juga berperan penting dalam mendukung kinerja *customer service*.

Kinerja ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kecepatan respon terhadap pertanyaan atau keluhan, kualitas interaksi yang dilakukan, hingga kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Dalam konteks perbankan, kinerja *customer service* sangat penting karena dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan, pada akhirnya, loyalitas mereka terhadap bank.

Staf yang terlatih dengan baik dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk dan layanan bank akan lebih mampu memberikan informasi yang akurat dan membantu nasabah dengan cara yang lebih efektif.

Kemampuan untuk menyelesaikan masalah juga merupakan indikator penting dari kinerja *customer service.* Kinerja yang baik dalam hal ini berarti bahwa staf *customer service* tidak hanya mampu mengidentifikasi masalah, tetapi juga memberikan solusi yang memuaskan.

Masih ada tantangan dalam hal kecepatan layanan, terutama pada saat jam sibuk. Selain itu, komunikasi yang baik antara *customer service* dan nasabah menjadi kunci untuk memahami kebutuhan nasabah dan memberikan pelayanan yang sesuai.

Untuk meningkatkan kinerja *customer service*, nasabah perlu fokus pada pengurangan upaya nasabah dalam menyelesaikan permasalahan mereka, yang dapat diukur melalui *Customer Effort Score* (CES). Dengan mengidentifikasi dan mengatasi titik-titik kesulitan dalam proses layanan, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang lebih mulus dan efisien bagi nasabah. Selain itu, menggabungkan CES dengan metrik lain seperti *Net Promoter Score* (NPS) dan *Customer Satisfaction Score* (CSAT) akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang mengkatkan pelayanan terhadap nasabah. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan pelayanan, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan nasabah, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

Data yang di ambil dari kebijakan *Key Performance Indicator* (KPI) *customer service* adalah metrik yang digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi tim layanan nasabah dalam memberikan dukungan kepada pelanggan. KPI ini membantu bank untuk mengevaluasi kinerja, meningkatkan pelayanan nasabah, dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dalam proses layanan.

Metrik Kinerja Layanan nasabah di Bank BJB Dalam dunia perbankan, pengukuran kinerja layanan nasabah sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah mendapatkan pengalaman yang memuaskan.

Secara keseluruhan, kinerja *customer service* adalah cerminan dari seberapa baik bank dapat memenuhi harapan nasabah melalui interaksi yang cepat, berkualitas, dan solutif. Kinerja yang baik dalam layanan pelanggan tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga berkontribusi pada reputasi positif bank di pasar. Dengan fokus pada peningkatan kinerja *customer service*, bank dapat membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan nasabah mereka.

Mengukur dan Membandingkan Pengalaman Nasabah: Survei ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akurat mengenai pengalaman nasabah saat menggunakan layanan perbankan. Dengan membandingkan hasil dari berbagai bank, MRI dapat memberikan gambaran yang jelas tentang posisi masing-masing bank dalam hal kepuasan nasabah.

Mengetahui Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah: Survei ini juga berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan nasabah. Ini mencakup aspek-aspek seperti kecepatan layanan, keramahan petugas, kemudahan akses, dan kualitas produk yang ditawarkan.

Mengetahui Dimensi Kualitas Layanan: MRI menggunakan dimensi kualitas

layanan yang telah teruji untuk menilai seberapa baik bank dalam memenuhi harapan nasabah. Dimensi ini bisa mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Hasil survei MRI memberikan wawasan berharga bagi bank dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Dengan memberikan penghargaan kepada bank yang menunjukkan kinerja terbaik, survei ini tidak hanya meningkatkan reputasi lembaga keuangan, tetapi juga mendorong kompetisi sehat di antara mereka. Analisis dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memungkinkan bank untuk fokus pada area yang membutuhkan perbaikan, sehingga strategi peningkatan layanan dapat lebih terarah.

Secara keseluruhan, metrik-metrik ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang kinerja layanan pelanggan di bank. Dengan memantau dan menganalisis metrik ini secara rutin, bank dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pelayanan dan pertumbuhan bisnis.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja *customer service,* Bank BJB perlu melakukan evaluasi dan perbaikan dalam proses pelayanan, termasuk peningkatan sistem dan pelatihan bagi petugas *customer service* agar dapat lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah. Dengan demikian, diharapkan pelayanan yang

diberikan dapat lebih optimal dan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk menangani keluhan atau masalah yang dihadapi oleh pelanggan dikenal sebagai layanan nasabah atau *customer service*. Dalam hal ini, bank memiliki *customer service* yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah agar mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka, memberikan penjelasan mengenai produk PT Bank Pembangunan Daerah Jawa barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Pembantu Rajapolah Kubupaten Tasikmalaya.

2.1.3.2 Karakteristik Kinerja *Customer service*

Menurut Evalin et al., (2021) Karakteristik kinerja merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi yang menyeluruh dalam jangka panjang yang menunjukan ukuran karakteristik tertentu, suatu perusahaan berhasil memberikan pelayanan yang bermutu maka akan menimbulkan nilai pelayanan yang tinggi sehingga berdampak terhadap loyalitas kinerja yang didasarkan kepada standar operasional prosedur yang disepakati Bersama.

Menurut Siri, (2021) Mendefinisikan evaluasi/penilaian kinerja adalah suatu proses yang digunakan pimpinan untuk menentukan apakah seorang karyawan melakukan pekerjaannya sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya.

1. Responsif: Kinerja *customer service* yang baik ditandai dengan ke

mampuan untuk merespons pertanyaan dan keluhan nasabah dengan cepat.

2. Kompeten: Staf *customer service* harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank.
3. Empati: Kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dialami nasabah adalah karakteristik penting dari kinerja *customer service*.
4. Komunikatif: Kinerja *customer service* yang baik melibatkan kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif. Staf harus mampu menjelaskan informasi yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami oleh nasabah.
5. Proaktif: *Customer service* yang efektif tidak hanya menunggu nasabah untuk mengajukan pertanyaan atau keluhan, tetapi juga proaktif dalam menawarkan bantuan dan solusi.
6. Sabar: Kinerja *customer service* yang baik juga ditandai dengan kesabaran dalam menghadapi nasabah, terutama ketika mereka mengalami kesulitan atau kebingungan.
7. Fleksibel: Kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang berbeda dan memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam lainnya. Fleksibilitas memungkinkan staf untuk memberikan solusi yang lebih personal dan relevan.
8. Tanggung Jawab: Staf *customer service* ini termasuk bisa menyelesaikan masalah nasabah dengan tuntas dan melakukan *follow-up* untuk memastikan kepuasan nasabah setelah layanan diberikan

9. Mengukur Kepuasan Pelanggan: Untuk mengetahui seberapa baik pelayanan bank dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Nasabah yang puas cenderung lebih loyal.
10. Mencegah Churn Nasabah: Dengan memantau metrik seperti Customer *Satisfaction Score* (CSAT), *Net Promoter Score* (NPS), dan *Customer Effort Score* (CES), bank dapat mendeteksi potensi nasabah yang akan churn dan mengambil tindakan proaktif.

Tingkat churn atau tingkat kehilangan nasabah pada penilaian skor kinerja *customer service* di bank merujuk pada persentase nasabah yang berhenti menggunakan produk atau layanan bank dalam periode waktu tertentu. Hal ini seringkali diukur sebagai salah satu indikator utama keberhasilan layanan nasabah, karena *customer service* (CS) yang buruk dapat menjadi pemicu utama nasabah berpindah ke bank lain.

Karakteristik kinerja *customer service* (CS) yang baik sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif bagi nasabah dan pelanggan. Berikut adalah beberapa karakteristik utama yang mencerminkan kinerja *customer service* yang efektif:

2.1.3.3 Pelayanan Nasabah

Menurut Rundengan et al., (2020) Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Pemberian

pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama.

Pelayanan nasabah adalah segala bentuk interaksi dan layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah, yang mencakup semua bentuk interaksi dan layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah.

Menurut Mursyid et al., (2023) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek terpenting dalam menentukan puas atau tidaknya nasabah terhadap layanan, yang diawali dengan loyalitas pelanggan atau konsumen. Alhasil, penerapan kualitas layanan yang baik akan meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

Secara keseluruhan, pelayanan nasabah yang baik adalah kombinasi dari kecepatan, ketepatan, pemahaman, dan kemampuan. Menurut Evalin et al., (2021), Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada loyalitas nasabah.

Dalam konteks Bank BJB, pelayanan nasabah yang berkualitas sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah. Melalui layanan yang ramah, profesional, dan responsif, Bank BJB dapat menciptakan pengalaman positif yang mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Refrensi
1.	Zuziana Zesaria Evalin, Iswandi, M Noorman, 2021, Bank BJB Leuwiliang, Bogor, Indonesia	Meneliti pengaruh kinerja *customer service* terhadap kepuasan nasabah	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linier	Kinerja *customer service* dan teller berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal Analisis kinerja *customer service*, Vol. 4, No. 2, 2019.
2.	Supriyanto, A Wiyono, 2021, Bank Mandiri veteran Denpasar, bali, indonesia	Meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas.	Penelitian ini lebiih luas pada kualitas pelayanannya.	Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, tetapi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Cogent Business and Management, Vol. 2, No. 5, 2021.
3.	Azela Dwi Putri, Nanik Mandasari, Masnon, 2020 PT. BPR Pembangunan Kerinci,	Fokus pada peran *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah	Menggunakan metode kualitatif dengan triangulasidata.	*Customer service* cukup baik dalam meningkatkan kepuasan nasabah, namun ada beberapa aspek yang perlu	Jurnal administrasi nusantara mahasiswa (JAN Maha), Vol 2, No 2, Februari 2020.

	Indonesia,			diperbaiki.	
4.	Yolanda Darma Fernandes, Doni Marlius, 2018, PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat, Padang	Menekankan pentingnya *customer service* dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.	Fokus pada periode waktu yang lebih panjang (2017-2018) dan analisis data kualitatif	*Customer service* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, dengan komunikasi yang baik.	Jurnal Abdul, M. (2017), Pengaruh pemasaran, Vol. 5, No. 3, Tahun terbit 2018.
5.	Achmad Fandi, Parwita Setya Wardhani, Pierre Patarianto, 2017, PT. Bank Syari'ah Mandiri, Surabaya, Indonesia	Meneliti kinerja *customer service* dalam konteks pelayanan perbankan.	Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan fokus pada pelatihan *customer service*.	Pelatihan meningkatkan kinerja *customer service*, mempersiapkan mereka dalam menghadapi evaluasi dari MRI.	Jurnal Analisis kinerja *customer service*, Vol. 4, No. 2, 2017.

Sumber: Data diolah penulis, 2025

2.3 Pendekatan Masalah

Dalam era persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan dan menarik nasabah. Bank BJB, Menurut Tantonio et al., 2024 Dapat dilihat bank yang baik atau bank yang buruk dalam layanan yang dipersembahkankan oleh *Customer service*. dikarenakan pemberian layanan

yang dipersembahkan dapat menentukan citra bank. Kinerja *customer service* yang baik tidak hanya berkontribusi pada kepuasan nasabah, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas dan citra bank di mata masyarakat. Oleh karena itu, analisis kinerja *customer service* dalam konteks pelayanan terhadap nasabah menjadi sangat penting untuk dilakukan.

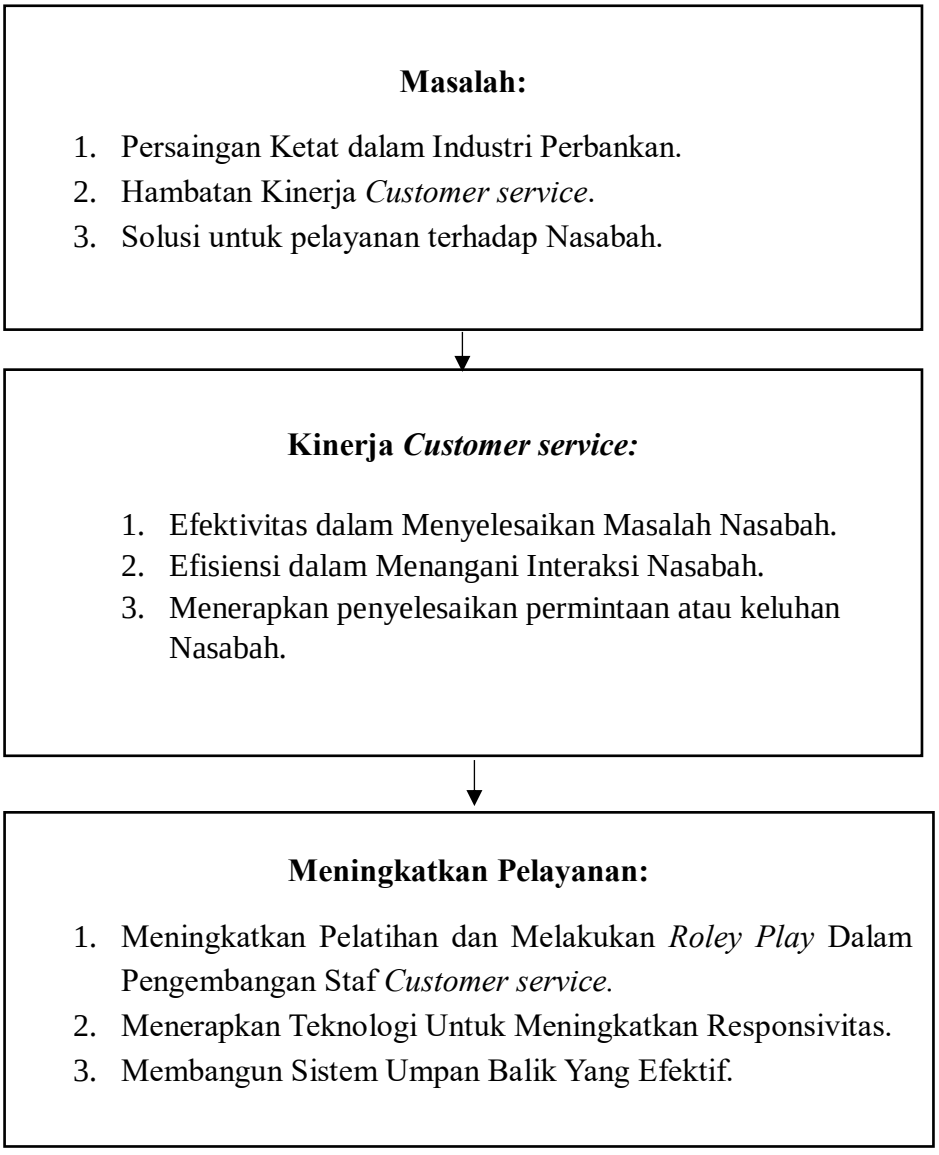
Pendekatan masalah dalam penelitian ini akan difokuskan pada beberapa aspek utama. Pertama, akan dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *customer service* di Bank BJB. Hal ini mencakup analisis terhadap proses pelatihan dan pengembangan karyawan, sistem manajemen keluhan, serta penggunaan teknologi dalam mendukung pelayanan. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja *customer service*.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan mengeksplorasi dampak dari kinerja *customer service* terhadap kepuasan nasabah. Melalui survei dan wawancara dengan nasabah, akan dikumpulkan data mengenai pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan *customer service* Bank BJB. Analisis data ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa besar pengaruh kinerja *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah, serta aspek-aspek pelayanan yang paling dihargai oleh nasabah.

Akhirnya, pendekatan ini akan mengarah pada rekomendasi strategis untuk

meningkatkan kinerja *customer service* di Bank BJB. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada, serta memahami kebutuhan dan harapan nasabah, bank dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan pelayanan. Rekomendasi ini diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan Bank BJB di masa depan.

Alur Pikir/Skema Pendekatan Masalah



Sumber: Data diolah penulis, 2025