

PERAN KOMUNIKASI *INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE* DALAM MEMPERTAHANKAN KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO CABANG PEMBANTU RANOTANA MANADO

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

Oleh :

LUCIA ANASTASIA PATTIASINA

NIM : 18053103



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
2022**

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Fokus dan Sub Fokus	7
1.3.1 Fokus.....	7
1.3.2 Sub Fokus.....	7
1.4 Pembatasan Masalah	8
1.5 Rumusan Masalah	8
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.7 Manfaat	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Bank.....	10
2.1.2 Komunikasi	12
2.1.3 <i>Customer Service</i>	13

2.1.4 Kepuasan Nasabah	18
2.2 Kerangka Teoritik	19
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Alur Pikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	25
3.2 Informan Penelitian	25
3.3 Metode dan Jenis Penelitian.....	26
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.1 Jenis Data	26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Prosedur Analisis data.....	28
3.6 Pemeriksaan keabsahan data.....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
4.1 Sejarah Perusahaan	36
4.1.1 PT. Bank SulutGo	36
4.1.2 Logo Dan Makna Logo Perusahaan.....	38
4.1.3 Budaya Perusahaan	39
4.1.4 PT. Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana.....	41
4.2 Visi Dan Misi	42
4.3 Bidang Usaha Perusahaan	43
4.4 Sumber Daya Perusahaan	44
4.4.1 Struktur Organisasi	44
4.4.2 Jumlah Pegawai PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana.....	45
4.4.3 <i>Job Description</i> / Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.2 Hasil Temuan Penelitian	51
5.2.1 Customer Service	51
5.2.2 Nasabah.....	55
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian	62
5.3.1 Implementasi Temuan Penelitian.....	65

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan memiliki posisi yang sangat strategis dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena bank berperan sebagai lembaga intermediasi yang menjadi salah satu faktor utama pemicu pergerakan perekonomian. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat (*lending*) serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2016). Dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa tabungan, giro, sertifikat deposito, deposito berjangka, memberikan kredit atau bentuk lainnya.

Perubahan dalam dunia perbankan yang semakin cepat mengharuskan setiap bank untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perbankan saat ini adalah bagaimana perbankan tersebut dapat menarik nasabah dan mempertahankannya agar bank tersebut dapat bertahan dan berkembang. Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat, mengharuskan berbagai perusahaan perbankan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan/keinginan nasabah, sehingga nasabah puas dan akan loyal. Bank juga dapat menjalin hubungan dengan nasabah dalam waktu yang panjang.

Kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan perbankan, setiap bank saling berpacu untuk memperluas jaringan bisnis keuangan. Harapan dari adanya perluasan pasar maupun cabang secara langsung adalah meningkatnya penjualan produk dan jasa bank sehingga bank akan memiliki lebih banyak

nasabah. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh bank selaku penyedia jasa, bahwa semakin banyak nasabah maka bank akan semakin sulit mengenali nasabahnya secara teliti terutama tentang suka tidaknya nasabah terhadap jasa maupun pelayanan yang diberikan dan alasan yang didasarnya. Komunikasi pelayanan kepada nasabah dalam dunia perbankan merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai keberhasilan karena nasabah sebagai pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu bank akan berusaha memberikan yang terbaik kepada nasabah termasuk dalam hal pelayanan.

Komunikasi pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dalam rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat, atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Menurut John Fiske (2012) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti saling berbicara satu sama lain, media televisi, penyebaran informasi, kritik sastra dan masih banyak lagi. Ia juga menjelaskan bahwa komunikasi memiliki beberapa cakupan yang luas, di antaranya komunikasi interpersonal yaitu komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang prosesnya adalah pertukaran informasi, ide, pendapat yang sama-sama menghasilkan feedback. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan

setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.(Mulyana Deddy, 2005).

Komunikasi *Interpersonal* juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama. Adapun hal-hal lain yang mencakup komunikasi *interpersonal* adalah Fungsi komunikasi *interpersonal* dalam artian berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi *interpersonal*, dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Perspektif komunikasi *interpersonal* membahas tentang karakteristik komunikasi *interpersonal* yang efektif, diantaranya Perspektif *humanistic* menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan menciptakan interaksi yang bermakna, jujur, dan memuaskan.

PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu melayani setiap nasabah yang membutuhkan pelayanan sesuai kebutuhan mereka. Salah satu *job description* yang termaksud dalam struktur organisasi PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana adalah *customer service*. *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.

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. Dalam hal ini *customer service* secara langsung menerapkan komunikasi *interpersonal* dalam berinteraksi dengan nasabah.

Nasabah merupakan aset yang sangat berharga bagi setiap bank. Oleh karena itu, bank berusaha untuk menjaga loyalitas nasabah karena dengan adanya nasabah yang loyal akan berdampak terhadap keberlanjutan dari langganannya mereka terhadap suatu produk dan jasa pada bank tertentu. Tanpa adanya nasabah tentunya bank tidak mempunyai dana yang cukup untuk dipergunakan dalam hal ini kegiatan operasional bank juga tidak akan berjalan dengan lancar. Peran nasabah disini sangat penting untuk perkembangan dunia perbankan karena nasabah yang mempercayakan dananya untuk dititipkan pada bank nasabah juga banyak dari beberapa kalangan usia dan latar belakang yang berbeda-beda maka bank terlebih *customer service* harus bisa menyesuaikan dan beradaptasi dengan berbagai nasabah terlebih lagi dalam melakukan proses komunikasi.

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah

persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2019).

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Masalah-masalah yang sering kali terjadi bisa dikatakan cenderung masuk pada ilmu yang mengkaji komunikasi seseorang. Dalam hal ini beberapa masalah yang sering terjadi saat proses komunikasi *interpersonal* antara *customer service* dan nasabah adalah Gangguan Fisik, gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak, Yaitu nasabah yang dalam antrian berbicara dengan rekannya dengan nada intonasi yang tinggi sehingga proses interaksi dan komunikasi antara *customer service* dan nasabah yang sedang berlangsung terganggu. Selanjutnya Gangguan Psikologis, gangguan ini timbul karna adanya perbedaan gagasan dan penilaian subyektif

diantara orang yang terlibat diantara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai – nilai, sikap dan sebagainya yaitu yang sering terjadi dimana nasabah yang sudah lanjut usia dengan keterbatasan kondisi fisik mereka, dan customer service bank harus memberikan penjelasan tentang produk bank dengan sabar dan harus mengatur emosional pada saat itu dengan tetap ramah dan sabar dalam melayani. Dan yang terakhir Gangguan Semantik, gangguan ini terjadi kata – kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, seringkali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud pesan yang disampaikan, contoh perbedaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

Berdasarkan pemaparan mengenai permasalahan yang diangkat dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitian ini menggunakan Teori komunikasi *interpersonal* menurut R Wayne Pace (2018) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau *communication interpersonal* merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *customer service* dalam menjalankan komunikasi interpersonal yang bertujuan dalam mempertahankan kepuasan nasabah lewat penerapan komunikasi langsung yang dapat menciptakan *feedback* antara dua pihak tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan bagaimana **Peran Komunikasi**

***Interpersonal Customer Service* Dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah komunikasi *interpersonal customer service* dalam mempertahankan kepuasan nasabah sebagai berikut :

1. Gangguan fisik, Gangguan yang berasal dari luar peserta komunikasi.
2. Gangguan Psikologis, Gangguan yang berasal dari mental atau psikologis peserta komunikasi.
3. Gangguan Semantik, Gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.

1.3 Fokus dan Sub Fokus

1.3.1 Fokus

Fokus dalam penelitian ini adalah Peran Komunikasi *Interpersonal* yang digunakan *Customer Service* dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana.

1.3.2 Sub Fokus

Dari fokus ini di bagi menjadi dua sub fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana peran komunikasi interpersonal customer service dalam mempertahankan kepuasan nasabah menggunakan metode komunikasi *interpersonal* Keterbukaan, Empati, Dukungan, Rasa Positif dan Kesetaraan

2. Kendala yang dihadapi saat Komunikasi *Interpersonal* berlangsung berdasarkan indentifikasi masalah yang ada.

1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Maka penulis membatasi masalah dan hanya dikhususkan pada Peran Komunikasi *Interpersonal Customer Service* dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana Peran Komunikasi *Interpersonal Customer Service* Dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana ?

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peran Komunikasi *Interpersonal Customer Service* Dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank SulutGo Cabang Pembantu Ranotana.

1.7 Manfaat

1. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi penulis dengan cara penulis mampu

memecahkan masalah mengenai Peran Komunikasi *Interpersonal Customer Service* dalam Mempertahankan Kepuasan Nasabah.

2. Manfaat bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau sebagai bahan pembanding dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Komunikasi *Interpersonal, Customer Service* dan Kepuasan Nasabah.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat serta menjadi bahan masukan atau rekomendasi kepada pihak customer service dan karyawan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi *interpersonal* yang dilakukan oleh *customer service* dalam mempertahankan kepuasan nasabah.