

**PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI BANK
SULUTGO KCP MANEMBO-NEMBO KOTA BITUNG**

TUGAS AKHIR

Oleh :

JESICA SIDARIMA

NIM : 22 0520 15



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASIBISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN D-III
2025**

**PERAN COSTUMER SERVICE DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI BANK
SULUTGO KCP MANEMBO-NEMBO KOTA BITUNG**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran (A.Md,M)

Pada Program Studi Manajemen Pemasaran

Oleh :

JESICA SIDARIMA

NIM : 22 0520 15



POLITEKNIK NEGERI MANADO

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN D-III

2025

Jesica Sidarima, 2025 “Peran Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyaitas Nasabah Di PT Bank Sulutgo KCP Manembo-Nembo Kota Bitung”. Dibawah bimbingan Diana Roweina S.Maramis,SE.,M.Si dan Cysca Adeleida Juliana Langi,SE.,MSi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana peran customer service dalam membangun kesetiaan nasabah di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo. Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam dunia perbankan, mutu pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepercayaan nasabah. Customer service berperan sebagai ujung tombak dalam menyampaikan layanan yang cepat, ramah, dan mudah dipahami. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh customer service sudah berjalan dengan cukup baik. Namun, masih ditemukan beberapa kendala seperti belum optimalnya penggunaan teknologi digital serta ketimpangan dalam kemampuan komunikasi antar pegawai. Konsistensi dalam pelayanan serta pendekatan yang bersifat personal terbukti mampu menumbuhkan rasa percaya dan memperkuat loyalitas nasabah terhadap bank.

Kata kunci: layanan pelanggan, kesetiaan nasabah, kualitas pelayanan, Bank SulutGo

Jesica Sidarima, 2025. "The Role of Customer Service in Enhancing Customer Loyalty at PT Bank SulutGo KCP Manembo-Nembo, Bitung City." Under the supervision of Diana Roweina S. Maramis, SE.,M.Si and Cysca Adeleida Juliana Langi, SE.,M.Si.

ABSTRACT

This research aims to explore the role of customer service in enhancing customer loyalty at Bank SulutGo, Manembo-nembo Branch. Amid the growing competition in the banking sector, service quality plays a crucial role in maintaining customer trust. Customer service acts as the front line in delivering fast, friendly, and clear assistance to clients. The study adopts a qualitative descriptive approach, utilizing observation, interviews, and documentation as data collection methods. The findings indicate that while the overall customer service performance is relatively good, there are still challenges such as limited use of digital systems and varying communication skills among staff. Consistent and personalized service has proven to strengthen trust and build long-term customer loyalty.

Keywords: customer service, customer loyalty, banking services, Bank SulutGo

MOTTO

In The Name Of Jesus

“ Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolong aku “

(Mazmur 118 : 13)

“ Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam Doa dan permohonan dengan ucapan syukur “

(Filipi 4 : 6)

“ Serakanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala rencanamu “

(Amsal 16 : 3)

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

TUGAS AKHIR

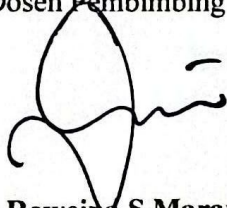
Tugas Akhir Oleh **Jesica Sidarima**

Telah diperiksa, disetujui dan diuji

Manado, 28 Agustus 2025

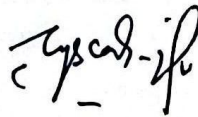
Disetujui,

Dosen Pembimbing 1



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

Dosen Pembimbing 2



Cysca Adeleida J. Langi, SE., M.Si
NIP: 196906131994032001

Ketua Panitia,



Juliet P. T. Makinggung, SE., M.Si
NIP. 197307222002122001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
PERAN COSTUMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH DI BANK SULUTGO KCP MANEMBO-NEMBO
KOTA BITUNG

Oleh :

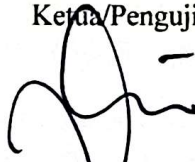
JESICA SIDARIMA

NIM : 22 0520 15

Telah di pertimbangkan di depan dewan penguji dan di nyatakan sebagai salah satu persyaratan melaksanakan penelitian umum untuk memperoleh gelar D-III

Pada tanggal 28 Agustus 2025

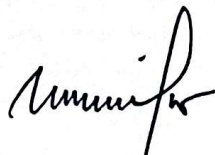
Ketua/Penguji 1



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si

NIP. 197209152002122001

Penguji 2



Wilem Gibert Pomantow, SE., M.Si

NIP. 196511191990031003

Penguji 3



Dr. Robby Tanod Mamusung, SE., MM

NIP 196507181997021001

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Diana Roweina S. Maramis, SE, M.Si

NIP. 197209152002122001

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jesika Sidarima
 NIM : 22052015
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : Manajemen Pemasaran
 Judul Tugas Akhir : Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank SulutGo KCP Manembo-Nembo Kota Bitung

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, 20 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Jesika Sidarima
 NIM. 22052015

FM-203 ed.A rev.0

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Jesica Sidarima
Nim : 22052015
Tempat Tanggal Lahir : Manado, 06 Juni 2004
Alamat : Bitung, Madidir Weru Lingkungan V
Nama Ayah : Thomy Sidarima
Nama Ibu : Juneilin Lengkerang
Alamat Orang Tua : Bitung, Madidir Weru Lingkungan V
Daerah Asal : Bitung
Judul Tugas Akhir : Peran Costumer service Dalam Meningkatkan
Loyalitas Nasabah Di Bank SulutGO KCP
Manembo-nembo
Dosen Pembimbing : 1. Diana Roweina S.Maramis, SE, M.Si
2. Cysca Adeleida J.Langi, SE, M.Si
Dosen Penguji : 1. Diana Roweina S.Maramis, SE, M.Si
2. Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si
3. Dr. Robby Tanod Mamusung, SE, M.Si
Waktu pelaksanaan ujian akhir : 24 Juli 2025



Manado, 28 Agustus 2025

Mahasiswa

Jesica Sidarima
NIM 22052015

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha kuasa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Peran Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo Kota Bitung” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma Tiga (D-III) Manajemen Pemasaran di Politeknik Negeri Manado.

Tugas akhir ini bertujuan memberikan gambaran tentang peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT Bank SulutGo KCP Manembo-Nembo. Penulis mendapat banyak bimbingan dan dukungan dalam proses penyusunan.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH.,M.Si sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Selvie R. Kalele, SE.,M.Si sebagai Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum.
4. Rudolf Esthephanus Golioth Mait, ST.,MT. sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE.,M.Si sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama dan sebagai Ketua Panitia TA,Skripsi dan BP.
6. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Administrasi Bisnis sekaligus dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
7. ArifManuel Kolondam, SE.,MM sebagai Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.

8. Cysca Adeledia Juliana Langi, SE., M.Si., sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Pemasaran sekaligus dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.
9. Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si sebagai dosen penguji Dua yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
10. Dr. Robby Tanod Mamusung, SE., MM sebagai dosen penguji Tiga atas kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
11. Vekky Supit, SE., M.Si sebagai Sekretaris Panitia Tugas Akhir dan Skripsi atas arahan serta dukungan yang diberikan.
12. Terima kasih kepada seluruh dosen, staf pengajar, dan panitia Tugas Akhir Prodi Manajemen Pemasaran atas ilmu, bimbingan, dan dukungan yang diberikan.
13. Pihak bank SulutGo KCP Manembo-nembo Kota Bitung, yang telah memberikan kesempatan dan bantuan selama pelaksanaan magang dan pengumpulan data.
14. Kedua orang tua, Mama Jein, Papa Tomy, Papa Ani, Mam Ani, dan Nenek, terlebih khusus untuk mendiang Oma Ara tercinta, atas segala doa, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan. Terima kasih, kiranya Tuhan Yesus membalas segala kebaikan yang telah dicurahkan.
15. Kepada saudara-saudari (Adinda, melda, farel, Ipal, jul, rani, marcela, ena), yang telah memberikan semangat serta dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
16. Terima kasih kepada teman-teman Prodi Manajemen Pemasaran atas dukungan, kebersamaan, dan semangat selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACK.....	iii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
BIODATA MAHASISWA	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Pembatasan Masalah	2
1.4 Perumusan Masalah	3
1.5 Manfaat dan Tujuan	3
1.5.1 Tujuan Penelitian	3
1.5.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Peran Costumer Service	7
2.1.2 Tujuan Dan Manfaat Peran Costumer Service	8
2.1.3 Strategi Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	10
2.1.4 Hubungan Antara Peran Costumer Service Dan Loyalitas Pelanggan	12

2.2 Penelitian Terdahulu yang relevan.....	15
2.3 Kerangka Berpikir.....	16
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	20
3.3 Gambaran Umum Perusahaan	20
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	20
3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan	21
3.1.3 Logo Perusahaan	22
3.1.4 Bidang Usaha	23
3.1.5 Struktur Organisasi PT Bank SulutGo KCP Manmebo-Nembo	25
3.1.6 Uraian Pekerjaan	25
3.1.7 Jumlah Karyawan.....	28
3.2 Gambaran Permasalahan.....	29
3.3 Pembahasan	32
BAB IV PENUTUP	35
4.1 Kesimpulan.....	36
4.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2.1	Manfaat Dari Peran Customer Service	9
2.2	Strategi Customer Service.....	11
2.3	Peran Customer Service Dan Loyalitas Nasabah.....	14
2.4	Penelitian Terdahulu yang relevan	15
3.1	Jumlah Karyawan.....	29
3.2	Gambaran Permasalahan.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
Gambar 1	PT Bank SulutGo KCP Manmebo-nembo Bitung.....	19
Gambar 2	Logo Perusahaan.....	22
Gambar 3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
Lampiran 1.	Dokumentasi foto saat wawancara.....	41
Lampiran 2.	Dokumentasi tambahan.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah perkembangan industri perbankan yang semakin dinamis dan kompetitif, mutu pelayanan menjadi salah satu aspek krusial dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Berbagai bank berlomba menawarkan produk serta layanan unggulan untuk membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan. Meski demikian, keputusan nasabah tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau fasilitas semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh cara mereka diperlakukan, khususnya saat berinteraksi dengan staf bank, terutama bagian customer service.

Layanan pelanggan atau customer service merupakan bagian yang memiliki hubungan langsung dengan nasabah. Mereka berperan sebagai representasi utama yang membentuk persepsi nasabah terhadap bank. Pelayanan yang diberikan dengan cepat, sopan, ramah, dan penuh informasi mampu memberikan pengalaman positif yang mendorong kesetiaan nasabah. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa kecewa yang membuat nasabah memilih untuk berpindah ke bank lain.

Dalam konteks ini, Bank SulutGo KCP Manembo-nembo sebagai salah satu institusi keuangan daerah dihadapkan pada tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana kontribusi customer service di kantor cabang ini dalam membangun dan menjaga hubungan baik

dengan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab hal tersebut dengan menyoroti kualitas pelayanan serta pengalaman yang dirasakan nasabah selama berinteraksi dengan layanan customer service di cabang tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah customer service di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo sudah memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi nasabah?
2. Apa saja kendala atau hambatan yang dihadapi oleh customer service dalam melayani nasabah?
3. Apakah pelayanan customer service benar-benar berpengaruh terhadap loyalitas atau kesetiaan nasabah terhadap bank?

1.3 Pemabatasan Masalah

Untuk menjaga agar pembahasan dalam penelitian ini tetap terarah, tidak menyimpang, dan dapat dianalisis secara mendalam, maka batasan penelitian ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada kajian mengenai peran customer service dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank SulutGo Cabang Manembo-nembo.

2. Subjek penelitian terbatas pada interaksi serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas customer service, tanpa melibatkan unit kerja lain seperti bagian pemasaran, teller, maupun kredit.
3. Penelitian ini hanya menelaah aspek layanan secara langsung (tatap muka), dan tidak mencakup bentuk layanan berbasis digital maupun aplikasi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang serta identifikasi permasalahan yang telah disampaikan, maka pokok masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Sejauh mana peran customer service dalam membentuk loyalitas nasabah di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo?
2. Jenis pelayanan apa dari customer service yang paling berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah?
3. Hambatan apa saja yang dihadapi oleh customer service dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah?

1.5 Manfaat dan Tujuan

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Mengkaji peran customer service dalam membentuk loyalitas nasabah.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh staf customer service di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo

mampu menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan perbankan tersebut secara berkelanjutan.

3. Menentukan bentuk pelayanan customer service yang paling berdampak terhadap kesetiaan nasabah. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi aspek pelayanan seperti sikap ramah, kecepatan dalam melayani, dan kejelasan informasi yang paling dianggap penting oleh nasabah dalam meningkatkan rasa loyal mereka terhadap bank.
4. Mengungkap kendala yang dihadapi customer service dalam menjalankan tugasnya.
5. Penelitian ini juga ingin mengetahui berbagai tantangan yang menghambat efektivitas pelayanan customer service, misalnya keterbatasan sarana pendukung, tingginya beban kerja, atau masalah dalam penyampaian komunikasi kepada nasabah.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara teori maupun penerapan di lapangan, dengan rincian sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

1. Menambah literatur dalam bidang manajemen layanan jasa

2. Penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber akademik yang memperkaya kajian mengenai pentingnya peran customer service dalam membentuk loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks industri perbankan.
3. Menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya
4. Hasil dari studi ini dapat dijadikan sebagai pijakan untuk riset-riset mendatang yang membahas topik serupa, baik di lembaga keuangan lainnya maupun dalam bidang jasa secara umum.
5. Mendukung pengembangan pendekatan relationship marketing
6. Dengan mengaitkan pelayanan dan loyalitas nasabah, penelitian ini turut mendorong penerapan strategi pemasaran yang fokus pada pembangunan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

B. Manfaat Praktis

1. Sebagai dasar evaluasi bagi manajemen Bank SulutGo
2. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk menilai efektivitas pelayanan customer service yang selama ini dijalankan, serta memperbaiki aspek yang masih kurang.
3. Memberikan arahan strategis dalam pengembangan SDM
4. Studi ini dapat memberikan wawasan terkait keterampilan dan sikap yang sebaiknya dimiliki oleh customer service agar mampu menjalin hubungan yang kuat dan positif dengan nasabah.

5. Mendukung peningkatan kepuasan dan kesetiaan nasabah
6. Dengan memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan nasabah dari pelayanan bank, pihak manajemen dapat merancang strategi layanan yang lebih efektif guna mempertahankan loyalitas nasabah secara berkesinambungan.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan kumpulan konsep dan definisi ilmiah yang bersumber dari hasil pemikiran para ahli atau penelitian terdahulu yang mendukung pembahasan dalam penelitian ini. Pada dasarnya, teori bertujuan untuk memberikan kerangka dalam menganalisis dan memahami fenomena yang diteliti. Dalam konteks ini, teori yang digunakan berkaitan dengan layanan pelanggan (customer service) dan loyalitas nasabah di sektor perbankan.

2.1.1 Pengertian Peran Costumer Service

Customer service merujuk pada seluruh bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, baik sebelum, selama, maupun sesudah transaksi, guna menciptakan kepuasan dan membangun hubungan jangka panjang. Peran customer service menjadi sangat krusial karena mereka merupakan garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan nasabah.

Menurut Tjiptono (2014), customer service memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif, menjawab kebutuhan pelanggan, serta menangani keluhan secara profesional. Dalam perbankan, customer service harus mampu memberikan informasi produk, membantu proses administrasi, serta menjaga hubungan interpersonal yang baik dengan nasabah.

Kusuma & Susilowati (2018) dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, menyebutkan bahwa peran utama customer service adalah sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dengan demikian, customer service tidak hanya sekadar menjawab pertanyaan nasabah, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk membangun loyalitas melalui pendekatan komunikasi yang efektif, pelayanan yang cepat, serta sikap ramah dan sopan.

2.1.2 Tujuan Dan Manfaat Peran Costumer Service

Tujuan utama customer service dalam sebuah lembaga perbankan adalah menciptakan kepuasan pelanggan, memperkuat kepercayaan, serta menumbuhkan kesetiaan pelanggan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), terdapat beberapa manfaat utama dari layanan pelanggan yang baik, antara lain: meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat hubungan jangka panjang, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Safitri & Permana (2020) dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* menjelaskan bahwa customer service yang berkinerja baik akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan melalui pemberian layanan yang responsif, empatik, dan informatif.

Tabel 2.1
Manfaat Dari Peran Customer Service

Tujuan Customer Service	Manfaat Utama
Memberikan pelayanan optimal	Nasabah merasa dihargai dan diperhatikan
Menyampaikan informasi produk	Nasabah memahami layanan secara menyeluruh
Menangani keluhan atau masalah	Meningkatkan kepercayaan terhadap bank
Membangun relasi dengan nasabah	Membentuk loyalitas jangka panjang

Sumber : Data diolah 2025

Tabel 2.1 di atas menggambarkan berbagai tujuan utama dari peran customer service beserta manfaat langsung yang dirasakan oleh nasabah. Salah satu tugas utama customer service adalah memberikan pelayanan secara maksimal, yang dapat menciptakan perasaan dihargai dan diperhatikan oleh nasabah. Hal ini penting karena pelanggan akan merasa nyaman dan memiliki pengalaman positif saat berinteraksi dengan pihak bank. Selain itu, customer service juga bertugas menyampaikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk atau layanan bank. Dengan adanya penjelasan yang informatif dan mudah dipahami, nasabah dapat lebih mengerti tentang jenis-jenis layanan yang tersedia dan dapat memilih sesuai kebutuhan mereka, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga keuangan tersebut. Peran penting lainnya adalah dalam menangani keluhan atau permasalahan nasabah secara profesional dan

tepat waktu. Apabila pengaduan atau masalah ditanggapi dengan baik, maka tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap bank akan semakin kuat.

Terakhir, customer service berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui pendekatan personal yang bersahabat dan konsisten. Hubungan yang positif dan berkelanjutan ini akan menciptakan kesetiaan nasabah terhadap bank, yang merupakan aset penting bagi keberlangsungan bisnis jangka panjang.

2.1.3 Strategi Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Untuk menciptakan loyalitas nasabah, customer service harus menerapkan strategi yang tepat. Strategi tersebut mencakup pelayanan berbasis hubungan (relationship marketing), kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, dan personalisasi pendekatan.

Menurut Berry (1995) dalam teori Relationship Marketing, pelayanan yang berfokus pada hubungan jangka panjang akan lebih efektif dalam menciptakan loyalitas ketimbang hanya transaksi jangka pendek. Dalam konteks bank, strategi ini dapat diimplementasikan melalui komunikasi yang konsisten, pemberian layanan konsultatif, dan pemahaman terhadap kebutuhan individu nasabah.

Prasetyo & Ardiansyah (2021) di Jurnal Manajemen dan Bisnis menunjukkan bahwa penggunaan teknologi, pelatihan pegawai secara berkala, serta penerapan sikap empatik dalam pelayanan menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas nasabah melalui customer service.

Tabel 2.2
Strategi Costumer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas

Strategi Customer Service	Penjelasan
Pelayanan Cepat & Akurat	Meningkatkan efisiensi dan kepuasan nasabah
Sikap Ramah dan Empatik	Menciptakan kenyamanan dalam berinteraksi
Memberikan Solusi Tepat	Mengurangi potensi keluhan dan ketidakpuasan
Komunikasi yang Terbuka	Menumbuhkan kepercayaan dan keterikatan emosional

Sumber : Data diolah 2025

Tabel tersebut menampilkan sejumlah strategi penting yang dapat diterapkan oleh customer service dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Strategi pertama yaitu memberikan pelayanan yang cepat dan akurat, di mana kecepatan dalam merespon permintaan nasabah serta ketepatan informasi yang diberikan akan membantu mempercepat proses layanan dan meningkatkan rasa puas nasabah terhadap kinerja bank.

Strategi selanjutnya adalah menerapkan sikap ramah dan empatik dalam setiap interaksi. Ketika petugas customer service mampu berperilaku sopan dan menunjukkan empati terhadap kebutuhan atau permasalahan nasabah, hal ini akan menciptakan suasana yang lebih nyaman dan membangun hubungan yang lebih positif.

Strategi ketiga adalah dengan menyediakan solusi yang tepat dan relevan atas setiap masalah atau keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Tindakan cepat dalam menyelesaikan keluhan akan meminimalkan ketidakpuasan dan menjaga reputasi pelayanan bank secara keseluruhan.

Terakhir, customer service perlu menjaga komunikasi yang terbuka dan jujur. Dengan cara ini, nasabah akan merasa lebih percaya terhadap institusi dan secara emosional akan merasa lebih terikat. Hubungan yang terbuka dan transparan menjadi fondasi untuk membangun loyalitas jangka panjang.

2.1.1 Hubungan Antara Peran Customer Service Dan Loyalitas Pelanggan

Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, mempertahankan nasabah menjadi tantangan besar yang hanya bisa dicapai melalui pelayanan yang berkualitas dan konsisten. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah peran strategis customer service. Customer service berfungsi sebagai perpanjangan tangan institusi perbankan dalam membangun relasi jangka panjang, bukan hanya sekadar menyelesaikan transaksi. Ketika customer service dapat memberikan layanan yang cepat, tepat, dan ramah, hal tersebut akan menciptakan pengalaman positif yang sangat memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan dari bank yang bersangkutan.

Rahayu (2022) dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan nasabah secara langsung dipengaruhi oleh interaksi dengan

layanan customer service. Semakin sering nasabah mendapatkan pengalaman positif, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan kesetiaan mereka terhadap bank. Dengan kata lain, interaksi yang berkualitas bukan hanya mendorong kepuasan sesaat, tetapi menciptakan loyalitas jangka panjang.

Selain itu, Kasmir (2010) dalam bukunya "Etika Customer Service" menjelaskan bahwa loyalitas bukan hanya tercermin dari frekuensi kunjungan nasabah, tetapi juga dari kepercayaan yang terus dibangun dari waktu ke waktu. Nasabah yang loyal cenderung bertahan lebih lama, melakukan transaksi lebih banyak, serta merekomendasikan bank kepada orang lain. Semua efek ini berakar dari kualitas pelayanan yang mereka terima dari bagian customer service.

Prasetyo & Ardiansyah (2021) juga mendukung pandangan tersebut. Mereka menemukan bahwa pelayanan personal dan emosional yang diberikan oleh customer service berperan penting dalam membentuk *customer engagement*, yaitu kondisi di mana nasabah merasa terikat secara emosional dengan institusi perbankan. Ketika customer service mampu menyesuaikan layanan dengan kebutuhan nasabah dan memberikan tanggapan yang tepat, serta menjaga komunikasi yang baik, maka keterikatan itu akan semakin kuat.

Untuk memperjelas, berikut adalah tabel yang menunjukkan hubungan antara variabel peran customer service dan loyalitas nasabah:

Tabel 2.3
Peran Costumer Service dan dampak terhadap loyalitas nasabah

Aspek Peran Customer Service	Dampak terhadap Loyalitas Nasabah
Memberikan informasi akurat	Nasabah merasa percaya terhadap produk dan layanan
Menanggapi keluhan dengan baik	Nasabah merasa dihargai dan didengarkan
Pelayanan cepat dan efisien	Meningkatkan kepuasan dan kenyamanan
Sikap ramah dan sopan	Membentuk kedekatan emosional dengan nasabah
Konsistensi dalam pelayanan	Menumbuhkan rasa aman dan keterikatan jangka panjang

Sumber : Data diolah 2025

Dengan kata lain, loyalitas nasabah merupakan hasil dari akumulasi pengalaman positif yang berulang selama interaksi dengan customer service. Loyalitas ini sangat penting bagi kelangsungan hidup bank karena nasabah yang loyal tidak hanya tetap menggunakan jasa bank, tetapi juga menjadi agen promosi secara tidak langsung melalui *word of mouth* atau rekomendasi pribadi.

Maka dari itu, perusahaan perbankan seperti Bank SulutGo harus menjadikan peningkatan kualitas layanan customer service sebagai bagian dari strategi inti dalam membangun loyalitas. Melalui pelatihan berkala, pengembangan soft skill, serta

pemantauan berkelanjutan terhadap kepuasan pelanggan, bank dapat menciptakan sistem pelayanan yang tidak hanya memuaskan, tetapi juga mampu memelihara loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

2.2 Penelitian Terdahulu yang relevan

Dalam menyusun kajian ini, terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi kuat dengan topik peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah, khususnya di sektor perbankan. Penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai dasar penguatan teori serta pembandingan terhadap hasil temuan dalam penelitian ini. Berikut adalah 10 penelitian yang relevan yang membahas hubungan antara pelayanan dan loyalitas pelanggan di berbagai instansi, termasuk lembaga keuangan dan jasa.

Tabel 2.4
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Temuan Utama
1	Maria Laurensia	2023	Analisis Peran Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Polimart	Customer service yang komunikatif dan ramah meningkatkan loyalitas pelanggan
2	Vania Sondakh	2022	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank SulutGo (Studi Kasus Mahasiswa Polimdo)	Kecepatan layanan dan empati menjadi kunci kepuasan nasabah

3	Juliet P.T. Makinggung	2021	Strategi Komunikasi Layanan Customer Service di Instansi Publik	Komunikasi dua arah efektif meningkatkan persepsi layanan
4	Willem G. Pomantow	2022	Pengaruh Terhadap Nasabah di Sektor Perbankan Bitung	Pelayanan konsisten dan sopan mendorong keterikatan nasabah
5	Diana R.S. Maramis	2020	Pelatihan Soft Skill Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah	Peningkatan empati dan komunikasi interpersonal sangat berpengaruh
6	Robby T. Mamusung	2023	Kualitas Interaksi Customer Service dan Loyalitas Pelanggan di Bank Daerah	Interaksi personal dan solusi cepat membentuk loyalitas jangka panjang
7	Cysca A.J. Langi	2021	Implementasi Relationship Marketing pada Layanan Front Office	Pendekatan hubungan jangka panjang meningkatkan engagement nasabah
8	Arif M. Kolondam	2023	Evaluasi Layanan Customer Service di Polimart Polimdo	Pelayanan proaktif mampu menurunkan keluhan pelanggan secara signifikan
9	Maryke Alelo	2020	Peran Budaya Pelayanan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan	Nilai budaya pelayanan memengaruhi sikap kerja customer service
10	Michelle N. Salendu	2022	Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Antara Kualitas Layanan dan Loyalitas	Kepuasan sebagai variabel perantara penting dalam menjaga loyalitas

Sumber : scholar.google.com

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan dasar konseptual yang digunakan untuk mengarahkan jalannya penelitian, dengan menghubungkan antara teori, variabel, serta fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, kerangka berpikir disusun

untuk menjelaskan bagaimana peran customer service dapat memengaruhi loyalitas nasabah, khususnya di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo.

Pelayanan merupakan aspek fundamental dalam industri jasa, terutama di sektor perbankan, di mana keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada hubungan yang dibangun dengan nasabah. Customer service sebagai ujung tombak layanan memiliki tanggung jawab besar dalam menciptakan kesan positif, memenuhi kebutuhan informasi, serta menyelesaikan keluhan secara cepat dan efektif. Kualitas interaksi antara petugas customer service dan nasabah menjadi faktor penentu dalam membentuk kepuasan, kepercayaan, dan pada akhirnya menciptakan loyalitas.

Sejumlah teori yang digunakan dalam penelitian ini, seperti teori kualitas layanan (service quality) oleh Parasuraman et al., serta konsep relationship marketing oleh Berry, menggarisbawahi pentingnya keandalan, empati, dan jaminan layanan sebagai komponen utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian terdahulu juga mendukung bahwa dimensi pelayanan seperti kecepatan, ketepatan, dan sikap ramah customer service memiliki korelasi kuat dengan niat nasabah untuk terus menggunakan jasa dari bank yang sama.

Dengan memahami bahwa loyalitas nasabah tidak terjadi secara instan, tetapi melalui serangkaian pengalaman positif yang berulang, maka peran customer service menjadi krusial. Ketika pelayanan diberikan secara profesional, konsisten, dan penuh empati, nasabah akan merasa dihargai dan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap institusi keuangan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini dibangun atas dasar asumsi bahwa semakin baik peran dan kinerja customer service, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank SulutGo KCP Manembo-nembo.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.3 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 1

Gedung PT Bank SulutGo KCP Manembo-Nembo Kota Bitung

Sumber : <https://www.banksulutgo.co.id/profil/read/7/logo-bank-sulutgo.html>

PT Bank SulutGo, yang sebelumnya dikenal sebagai PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara, pertama kali didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan Akta Nomor 88 tanggal 17 Maret 1961 yang dibuat oleh notaris Raden Hadiwido, sebagai pengganti dari Raden Kadiman di Jakarta. Selanjutnya, dilakukan perubahan anggaran dasar melalui Akta No. 22 tanggal 4 Agustus 1961 dan Akta No. 46 tanggal 10 Oktober 1961, yang keduanya mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia pada 13 Oktober 1961.

Seiring dengan pemberlakuan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 dan UU No. 13 Tahun 1964 yang mengatur pembentukan daerah tingkat I Sulawesi Utara, bank ini berubah status menjadi perusahaan daerah berdasarkan Peraturan Daerah tertanggal 2 Juni 1964. Perubahan bentuk badan hukum kemudian kembali terjadi, di mana melalui Perda Provinsi Sulawesi Utara No. 1 Tahun 1999, Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara beralih menjadi perseroan terbatas (PT).

Sebagai perseroan terbatas, pendirian PT Bank Sulut dituangkan dalam Akta No. 7 tanggal 14 April 1999 di hadapan notaris Joanes Tommy Lasut, SH, dan disahkan oleh Menteri Kehakiman RI melalui Keputusan No. C-8296.HT.01.TH'99 pada 14 Mei 1999. Pengesahan ini dipublikasikan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 63 tanggal 6 Agustus 1999. Modal dasar awal bank ini ditetapkan sebesar Rp100 miliar, dengan komposisi kepemilikan maksimum 55% untuk pemerintah daerah (saham Seri A) dan sisanya 45% untuk pemegang saham Seri B serta pihak ketiga, termasuk koperasi.

Perubahan bentuk badan hukum ini dilatarbelakangi oleh tuntutan untuk memenuhi ketentuan program rekapitalisasi perbankan, menyusul rasio kecukupan modal (KPPM) Bank Sulut yang saat itu berada di bawah 8%. Berdasarkan Perda No. 84 Tahun 1998 dan keputusan bersama antara Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia pada April 1999, Bank Sulut menandatangani perjanjian rekapitalisasi. Namun pada tahun 2004, pemerintah melalui Menteri Keuangan melaksanakan

divestasi seluruh saham negara di Bank Sulut kepada pihak lain melalui perjanjian jual beli saham.

Setelah keluar dari program rekapitalisasi, beberapa perubahan anggaran dasar dilakukan, termasuk perubahan struktur kepemilikan dan peningkatan modal dasar dari Rp100 miliar menjadi Rp300 miliar, yang telah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM RI pada 23 Agustus 2006 dan diumumkan dalam Berita Negara RI pada 23 Oktober 2006. Berdasarkan hasil RUPS-LB pada 8 Mei 2015, serta keputusan dari Kemenkumham dan OJK, nama bank ini resmi diubah dari PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo (Bank SulutGo).

3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

“ Menjadi Bank Inovatif, Berdaya Saing Tinggi Dan Berorientasi Pada Kepuasan Nasabah”

b. Misi

1. Berkontribusi dalam pembangunan daerah yang berkeadilan dan berkeadilan.
2. Terus berinovasi menciptakan model bisnis, layanan & produk yang terbaik serta bernilai tambah kepada nasabah

3. Menciptakan human capital sebagai pilar penting dalam pencapaian visi perusahaan
4. Melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten

3.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 2

Logo Perusahaan

Sumber : <https://www.banksulutgo.co.id/profil/read/7/logo-bank-sulutgo.html>

Logo Bank SulutGo menampilkan simbol empat helai daun kelapa yang menggambarkan keberagaman etnis utama di wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo, yakni Bolaang Mongondow, Hulontalo, Sangihe, dan Minahasa, yang disingkat menjadi BOHUSAMI. Selain mewakili keberagaman suku, elemen ini juga mencerminkan komoditas utama yang menjadi penopang ekonomi daerah, yaitu kelapa.

Empat helai daun tersebut juga mengandung filosofi mendalam mengenai empat nilai inti yang dijunjung oleh Bank SulutGo, yaitu Integritas, Keunggulan, Kerja Sama Tim, dan Fokus terhadap Nasabah.

Adapun makna warna dalam logo adalah sebagai berikut:

1. **Merah** menggambarkan semangat yang tinggi, keberanian menghadapi tantangan, serta komitmen untuk terus berinovasi.
2. **Hitam** mencerminkan keteguhan, wibawa, dan kesetiaan.
3. **Putih** melambangkan komitmen terhadap kejujuran, transparansi, dan mutu pelayanan.

Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan identitas Bank SulutGo sebagai lembaga keuangan daerah yang berlandaskan pada semangat kebersamaan, nilai-nilai budaya lokal, dan komitmen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Sulawesi Utara dan Gorontalo.

3.1.4 Bidang Usaha

PT Bank SulutGo merupakan lembaga keuangan yang bergerak di sektor perbankan, dengan aktivitas utama meliputi penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan seperti tabungan, giro, dan deposito. Dana tersebut kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman, baik untuk kebutuhan konsumtif, produktif, maupun pengembangan usaha.

Selain layanan simpan pinjam, Bank SulutGo juga menyediakan berbagai produk dan jasa keuangan lainnya seperti layanan pembayaran, transfer antar bank, pengelolaan keuangan nasabah, serta jasa perbankan elektronik. Bank ini juga aktif

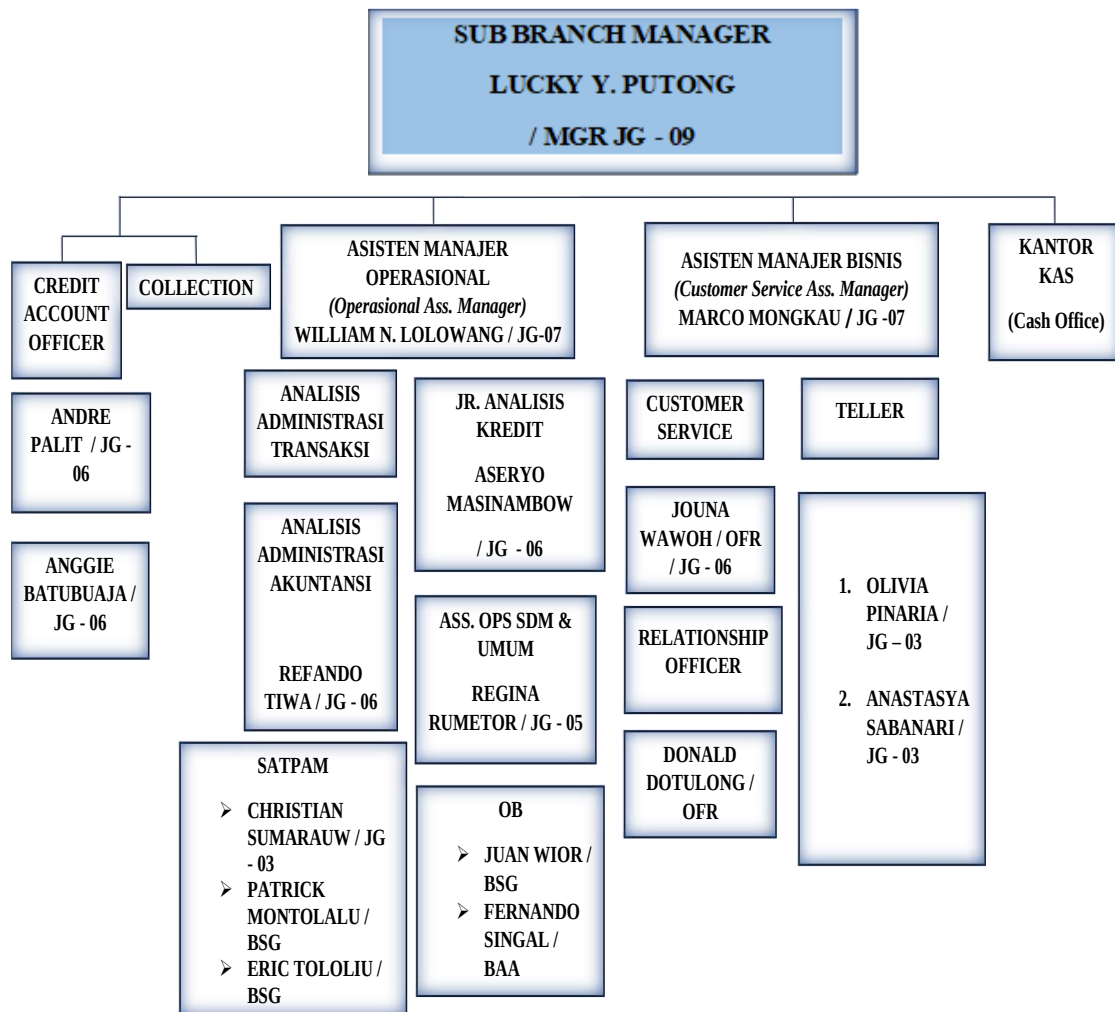
mendukung pembangunan ekonomi daerah, khususnya di wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo, melalui penyediaan akses keuangan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta sektor publik.

Dengan status sebagai bank pembangunan daerah (BPD), Bank SulutGo memiliki tanggung jawab untuk menjalankan fungsi komersial dan sosial secara seimbang, yaitu sebagai penyedia layanan keuangan yang kompetitif sekaligus sebagai mitra pemerintah daerah dalam mengelola keuangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi regional.

Berikut adalah beberapa Jenis – jenis produk atau tabungan yang di keluarka oleh PT Bank SulutGo.

1. Tabungan Bohusami – Tabungan mudah, setoran ringan, ada undian & souvenir.
2. Bohusami Plan – Tabungan berjangka dengan setoran bulanan fleksibel & hadiah akhir periode.
3. Bohusami Young – Tabungan khusus generasi muda/pelajar dengan fasilitas digital.
4. Tabungan lain – Simpeda, Bunaken, Tabunganku, PNS, SIMPEL, BSGprime.

3.1.5 Struktur Organisasi PT Bank SulutGo KCP Manmebo-Nembo Kota Bitung



Gambar 3

Struktur Organisasi PT Bank SulutGo KCP Manmebo-Nembo Kota Bitung

Sumber : PT Bank SulutGo KCP Manmebo-nembo Kota Bitung

3.1.6 Uraian Pekerjaan

1. SUB Branch Manager

Sub Branch Manager sebagai pemimpin utama di kantor cabang pembantu yang bertanggung jawab untuk mengelola semua kegiatan operasional, pelayanan, dan pengembangan bisnis cabang. sub branch manager harus memastikan bahwa target keuangan tercapai, kualitas yang di berikan kepada nasabah terjaga dengan baik, serta terus memastikan seluruh aktivitas berjalan sesuai aturan dan kebijakan bank. selain itu ia juga harus membina seluruh kinerja karyawan, menjalin hubungan baik dengan mitra eksternal, serta melaporkan seluruh hasil kerja kepada kantor pusat.

2. Asisten Manager Operasional - William N. Lolowang

Mengawasi seluruh proses kegiatan operasioanal internal seperti admnistrasi keuangan. Tugasnya mencakup pengendalian sistem kerja harian yang efisien dan memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai dengan prosedur dan kebijakan bank.

3. Asisten Mnajer Bisnis (Custumer Service) - Marco Mongkau

Bertanggung jawab atas fungsi pelayanan dan pemasaran. Ia memastikan bahwa tim costumer service dan teller memberikan layanan yang maksimal kepada nasabah serta mendukung strategi pertumbuhan bisnis cabang.

4. Credit Account Officer - Andre Palit & Anggie Batubuaaja

Melaksanakan analisis kredit, pengumpulan data calon debitur, serta memantau kelayakan dan keberlangsungan kredit yang telah disalurkan. Tugas mereka mendukung pengelolaan risiko kredit dan keberhasilan portofolio pinjaman.

5. Analisis Administrasi Akuntansi - Refando Tiwa

Bertugas menyusun dan mencatat laporan keuangan internal, memantau keseimbangan buku besar, serta mendukung pengawasan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.

6. Jr. Analisis Kredit - Aseryo Mnasinambow

Membantu dalam proses pengelolaan data dan dokumen kredit. Ia berperan mendukung Credit Officer dalam analisis awal dan pengecekan kelayakan kredit nasabah.

7. Asisten Operasional SDM & Umum - Regina Rumetor

Bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi kepegawaian dan kebutuhan operasional kantor. Termasuk mengatur jadwal kerja, absensi, serta kebutuhan alat tulis dan logistik kantor.

8. Customer Service - Meiske Manopo & Indriani Wullur

Memberikan pelayanan langsung kepada nasabah, termasuk pembukaan rekening, pengaduan, serta informasi produk dan jasa bank. Customer service menjadi wajah utama bank.

9. Relationship Officer - Donald Dotulong & Jouna Wawoh

Menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah, memberika saran layanan atau produk yang sesuai, serta menjaga kepuasan dan kepercayaan nasabah agar tetap menggunakan layanan Bank SulutGo.

10. Teller - Olivia Pinaria & Anastasya Sabanari

Melayani transaksi tunai dan non-tunai seperti setoran, penarikan, transfer dana, serta pembayaran tagihan. Teller dituntut bekerja cepat dan akurat agar transaksi berjalan aman dan lancar.

11. Satpam – Christian Sumarauw, Patrick Montolalu & Eric Tololiu

Menjaga keamanan kantor, mengatur arus keluar-masuk pengunjung, serta menciptakan suasana yang aman dan nyaman di lingkungan kerja dan pelayanan bank.

12. Bertanggung jawab dalam memastikan keamanan area kantor, mengontrol aktivitas keluar-masuk tamu, serta menjaga situasi lingkungan kerja dan area pelayanan agar tetap aman dan kondusif bagi seluruh pihak yang berada di dalamnya.

13. Office Boy (OB) - Fernando Singal & Juan Wior

Membantu kelancaran aktivitas operaasional harian, seperti menjaga kebersihan lingkungan kantor, mendistribusikan dokumen, serta mendukung keperluan logistik internal.

3.1.7 Jumlah Karyawan

Tabel.3.1
Jumlah karyawan

No	JABATAN	JUMLAH
1	Sub Branch Manager	1
2	Asisten Manager Operasional	1
3	Asisten Manajer Bisnis (Customer Service)	1
4	Credit Account Officer	2
5	Analisis Administrasi Akuntansi	1
6	Jr. Analisis Kredit	1
7	Asisten Operasional SDM & Umum	1
8	Costumer Service	2
9	Relationship Officer	2
10	Teller	2
11	Satpam	3
12	Office Boy (OB)	2

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan informasi yang tercantum pada tabel sebelumnya, diketahui bahwa total pegawai yang bekerja di PT Bank SulutGo KCP Manembo-nembo berjumlah 19 orang. Jumlah tersebut dinilai cukup untuk mendukung operasional bank, di mana setiap karyawan telah ditempatkan sesuai bidang tugasnya masing-masing dan berkontribusi dalam memastikan kelancaran seluruh aktivitas kerja di kantor cabang tersebut.

3.2 Gambaran Permasalahan

Berdasarkan hasil penelitian baik observasi secara langsung maupun wawancara dengan costumer service dari pihak Bank SulutGo KCP manembo-nembo, costumer service sudah berupaya membangun hubungan baik dengan nasabah, namun efektivitas tersebut dihadapkan pada sebuah kendala yang berpotensi menghambat pencapaian loyalitas nasabah.

Beberapa persoalan utama muncul terkait kualitas pelayanan yang belum merata, keterbatasan dalam personalisasi pelayanan, belum optimalnya penanganan keluhan, serta kurangnya pelatihan lanjutan bagi customer service dalam hal empati dan komunikasi interpersonal. Selain itu, kecepatan layanan dan kejelasan informasi yang diberikan kepada nasabah belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi, yang bisa memengaruhi tingkat kepuasan dan kesetiaan nasabah terhadap bank.

Tabel 3.2
Gambaran Permasalahan

No	Permasalahan Utama	Penjelasan singkat
1	Kualitas pelayanan belum konsisten	Pelayanan yang diberikan customer service belum merata dalam hal keramahan, kecepatan, dan ketepatan informasi yang disampaikan kepada nasabah
2	Pendekatan pelayanan belum di personalisasi	Interaksi dengan nasabah masih bersifat umum dan belum disesuaikan dengan kebutuhan atau karakteristik individu nasabah
3	Penanganan keluhan belum maksimal	Respons terhadap keluhan nasabah masih lambat dan kurang solutif, sehingga menimbulkan ketidakpuasan di pihak nasabah.
4	Keterbatasan pelatihan soft skill	Customer service belum mendapat pelatihan berkelanjutan terkait komunikasi empatik, etika layanan, dan peningkatan kualitas interpersonal

5	Kejelasan informasi produk kurang memadai	Informasi mengenai produk dan layanan bank masih disampaikan secara terbatas dan kadang kurang rinci, sehingga nasabah kesulitan memahami manfaatnya
6	Pelayanan tatap muka belum diimbangi sistem digital	Pelayanan masih berfokus pada interaksi langsung, sementara layanan digital belum dimanfaatkan secara optimal untuk membangun loyalitas nasabah.

Sumber: Data diolah 2025

Hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah Bank SulutGo KCP Manembo-nembo menunjukkan bahwa kehadiran customer service memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional, sehingga membuat mereka merasa nyaman dan tetap menggunakan layanan perbankan dari bank tersebut.

Beberapa nasabah menyampaikan bahwa petugas customer service selalu siap memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, baik mengenai detail produk maupun prosedur pelayanan tertentu. Keramahan dan kesabaran dalam memberikan pelayanan turut menciptakan kesan yang positif, yang pada akhirnya membuat nasabah memilih untuk tetap setia pada Bank SulutGo.

Ketika menghadapi kendala, seperti kesalahan dalam transaksi atau hambatan dalam penggunaan layanan digital, customer service dinilai responsif dan mampu

memberikan solusi yang sesuai. Hal ini memberikan rasa aman serta meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Para nasabah juga mengapresiasi adanya komunikasi yang terbuka serta pendekatan yang lebih personal dari petugas customer service. Mereka merasa diperlakukan sebagai individu yang dihargai, bukan hanya sebagai pengguna layanan. Hal ini menjadi salah satu faktor utama yang membuat mereka tetap loyal dan tidak tertarik untuk beralih ke bank lain.

3.3 Pembahasan

1. Analisis Peran Customer Service dalam Membangun Loyalitas Nasabah

Peran customer service dalam dunia perbankan memiliki posisi yang sangat vital, terutama dalam menjaga hubungan jangka panjang antara pihak bank dan para nasabah. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa nasabah Bank SulutGo KCP Manembo-nembo, diperoleh informasi bahwa keberadaan customer service secara langsung memengaruhi tingkat loyalitas nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh petugas customer service dinilai sangat memuaskan, baik dari segi sikap yang ditunjukkan seperti keramahan, kesopanan, dan kesabaran maupun dari sisi kecepatan serta ketepatan dalam memberikan informasi dan menyelesaikan kendala yang dihadapi nasabah.

Hal ini mempertegas bahwa customer service bukan hanya berperan sebagai pelaksana administratif, tetapi juga sebagai garda terdepan yang membawa citra positif

institusi keuangan. Melalui pendekatan yang humanis dan interaktif, customer service mampu menciptakan rasa aman dan kepercayaan yang mendalam pada diri nasabah. Ketika pelayanan dilakukan secara konsisten dan profesional, maka hubungan antara nasabah dan pihak bank akan semakin kuat, sehingga mendorong terciptanya loyalitas yang berkesinambungan.

2. Identifikasi Jenis Pelayanan Customer Service yang Paling Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil pengamatan langsung di lapangan serta wawancara mendalam dengan beberapa nasabah, ditemukan bahwa terdapat bentuk-bentuk pelayanan tertentu yang sangat memengaruhi kesetiaan nasabah terhadap bank. Salah satu bentuk pelayanan yang dianggap paling berdampak adalah kecepatan dan ketepatan dalam merespons kebutuhan nasabah, seperti saat pembukaan rekening, pemberian informasi produk, maupun penanganan keluhan. Pelayanan yang diberikan secara efisien dan jelas membuat nasabah merasa nyaman serta dihargai.

Selain itu, gaya komunikasi yang terbuka dan bersahabat juga memiliki peran besar dalam membangun hubungan emosional dengan nasabah. Ketika customer service mampu menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami, serta menunjukkan sikap empati dan perhatian, maka tercipta ikatan emosional yang kuat. Pendekatan personal seperti menyebut nama nasabah secara langsung atau mengingat riwayat interaksi sebelumnya juga memberikan kesan positif yang mendalam. Banyak

nasabah merasa senang dan dihargai karena mereka tidak diperlakukan sebagai ‘pelanggan umum’, tetapi sebagai individu yang dikenali dan diperhatikan kebutuhannya secara khusus. Hal-hal inilah yang secara bertahap menumbuhkan loyalitas terhadap bank.

3. Mengungkap Hambatan yang Dihadapi Customer Service dalam Pelaksanaan Tugas Pelayanan

Meskipun sebagian besar pelayanan customer service di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo sudah berjalan cukup baik, namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan sejumlah kendala yang memengaruhi efektivitas layanan. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya pelatihan lanjutan bagi petugas customer service, khususnya dalam pengembangan soft skill seperti komunikasi empatik, penanganan keluhan yang solutif, serta kemampuan memahami karakteristik nasabah. Hal ini menyebabkan pelayanan yang diberikan masih belum seragam dan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan di kalangan nasabah.

Selain itu, pendekatan layanan yang diterapkan saat ini masih cenderung bersifat umum atau standar, belum sepenuhnya mengarah pada pelayanan yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah. Ini membuat interaksi terkesan kaku dan kurang menyentuh sisi emosional nasabah. Hambatan lainnya adalah minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pelayanan nasabah, seperti ketiadaan sistem antrian online, layanan pelanggan berbasis aplikasi, atau fitur konsultasi virtual

yang saat ini mulai menjadi kebutuhan dasar dalam era digital. Ketergantungan pada pelayanan tatap muka menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau nasabah secara cepat dan efisien. Menyadari adanya hambatan tersebut, diperlukan langkah strategis dari pihak manajemen bank untuk melakukan perbaikan menyeluruh, baik dari segi peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan berkala, pemanfaatan teknologi yang mendukung efektivitas pelayanan, maupun evaluasi rutin terhadap kualitas interaksi customer service dengan nasabah. Dengan begitu, customer service dapat benar-benar menjalankan perannya secara optimal dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan menciptakan pengalaman layanan yang menyenangkan serta berkesan.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa peran customer service sangat penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo. Pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan respon, dan kemampuan menyelesaikan masalah, membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman untuk terus menggunakan layanan bank.

Interaksi yang bersifat empatik dan profesional terbukti mampu membangun hubungan emosional antara nasabah dan pihak bank. Hal ini memperkuat kepercayaan dan menjadi alasan utama nasabah tetap loyal. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti kurangnya pelatihan soft skill dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsep kualitas layanan dan relationship marketing relevan dalam menciptakan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan interpersonal, pendekatan pelayanan yang lebih personal, serta penguatan sistem informasi menjadi strategi penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran untuk meningkatkan layanan customer service di Bank SulutGo KCP Manembo-nembo:

1. Pelatihan Soft Skill

Mengadakan pelatihan rutin untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, empati, dan pelayanan yang ramah agar nasabah merasa lebih dihargai.

2. Pelayanan yang Lebih Personal

Mendorong pendekatan yang menyesuaikan dengan karakter dan kebutuhan tiap nasabah agar hubungan lebih dekat dan loyalitas meningkat.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital

Mengembangkan layanan digital seperti aplikasi mobile, live chat, dan sistem antrean online untuk mempercepat dan mempermudah pelayanan.

4. Penanganan Keluhan yang Responsif

Membangun sistem pengaduan yang cepat dan transparan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap pelayanan bank.

5. Evaluasi Kinerja Berkala

Melakukan evaluasi rutin terhadap pelayanan customer service melalui survei atau data keluhan guna mengetahui kekurangan dan meningkatkan kualitas.

6. Pemahaman Produk yang Mendalam

Meningkatkan pengetahuan customer service tentang produk dan layanan bank agar informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alelo, M. (2020). Peran Budaya Pelayanan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan. *Jurnal Sumber Daya Manusia Bisnis*, 5(1), 38–46.
- Berry, L. L. (1995). Relationship Marketing of Services—Growing Interest, Emerging Perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236–245.
- Kasmir. (2010). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kolondam, A. M. (2023). Evaluasi Layanan Customer Service di Polimart Polimdo. *Jurnal Pelayanan Publik*, 4(1), 26–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. D., & Susilowati, E. (2018). Peran Customer Service terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(10), 1–13.
- Langi, Cysca. A. J. (2021). Implementasi Relationship Marketing pada Layanan Front Office. *Jurnal Administrasi Pemasaran*, 3(2), 91–101.
- Laurensia, M. (2023). Analisis Peran Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Polimart. *Jurnal Administrasi Niaga*, 6(1), 45–54.
- Makinggung, J. P. T. (2021). Strategi Komunikasi Layanan Customer Service di Instansi Publik. *Jurnal Komunikasi Publik*, 3(1), 33–42.
- Maramis, Diana. R. S. (2020). Pelatihan Soft Skill Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 51–58.
- Mamusung, R. T. (2023). Kualitas Interaksi Customer Service dan Loyalitas Pelanggan di Bank Daerah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Daerah*, 8(1), 11–22.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pomantow, W. G. (2022). Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Sektor Perbankan Bitung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Daerah*, 7(1), 60–70.

- Prasetyo, R., & Ardiansyah, M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Perbankan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 144–155.
- Rahayu, D. (2022). Pengaruh Layanan Customer Service terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 33–45.
- Safitri, D., & Permana, H. (2020). Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(3), 123–134.
- Salendu, M. N. (2022). Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Antara Kualitas Layanan dan Loyalitas. *Jurnal Riset Pemasaran*, 6(3), 55–64.
- Sondakh, V. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank SulutGo (Studi Kasus Mahasiswa Polimdo). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 78–88.

LAMPIRAN

