

## Analysis of Customer Service Interpersonal Communication in Improving Customer Satisfaction (Study of Pt. Syariah People's Financing Bank Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)

Elia Agustiana<sup>1\*</sup>, Andistia Syifani<sup>2</sup>

Universitas Tulang Bawang

**Corresponding Author:** Elia Agustiana [elia.utb@gmail.com](mailto:elia.utb@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Key Words:* Interpersonal Communication, Customer Service, Customer Satisfaction

*Received :* 01, October

*Revised :* 12, November

*Accepted:* 25, December

©2022 Agustiana, Syifani : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether there is a relationship between customer service interpersonal communication and customer satisfaction at PT. Sharia People's Financing Bank Agro-Business Partners Bandar Lampung, This type of research is qualitative using a descriptive method that functions to describe or give an overview of the object being examined through data or samples that have been collected. The informants of this research are customers of PT. Sharia People's Financing Bank Agro-Business Partners Bandar Lampung. Researchers directly involved in the field conduct interviews with customer service, conduct data selection to make summaries or brief descriptions, present data with a set of structured information so as to provide the possibility of drawing conclusions and taking action. The results of the study can be concluded that the effectiveness of interpersonal communication can increase customer satisfaction, meaning that customers will trust and tend to accept well the messages conveyed by people who have the effectiveness of interpersonal communication in providing services, with that feeling comfortable and feeling valued, will generate interest. to be motivated, because the sociability of a communicator who has the ability to communicate effectively can attract customers to buy the products offered.

---

## Analisis Komunikasi Interpersonal Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)

Elia Agustiana<sup>1\*</sup>, Andistia Syifani<sup>2</sup>

Universitas Tulang Bawang

Corresponding Author: Elia Agustiana [elia.utb@gmail.com](mailto:elia.utb@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Interpersonal Communication, Customer Service, Customer Satisfaction

*Received :* 01, Oktober

*Revised :* 12, November

*Accepted:* 25, Desember

©2022 Agustiana, Syifani : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Jenis Penelitian ini adalah Kualitatif menggunakan metode deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang di teliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Informan penelitian ini yaitu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Peneliti terjun langsung kelapangan melakukan wawancara bersama customer service, melakukan seleksi data untuk membuat ringkasan atau uraian singkat, penyajian data dengan sekumpulan informasi tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Hasil penelitian dapat disimpulkan jika efektivitas komunikasi interpersonal dapat meningkatkan kepuasan nasabah, artinya nasabah akan percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki efektivitas komunikasi interpersonal dalam melakukan pelayanan, dengan itu perasaan nyaman dan merasa di hargai, akan menimbulkan ketertarikan hingga termotivasi, karna kemampuan bersosialisasi seorang komunikator yang memiliki kemampuan efektivitas dalam berkomunikasi dapat menarik nasabah membeli produk yang ditawarkan.

---

## PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya dari masyarakat ke masyarakat, selain itu bank juga memberikan jasa-jasa keuangan, pembayaran dan pembiayaan lainnya kepada masyarakat atas adanya bank-bank berusaha semaksimal mungkin melakukan daya tarik (insentif) ekonomi berupa bonus serta hadiah yang menarik. Berbagai langkah dilakukan bank dengan tujuan menghimpun dana masyarakat, yang salah satunya adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.

Sedangkan nasabah pada lembaga keuangan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu lembaga keuangan. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank atau Unit Usaha dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan.

Jumlah nasabah pada suatu perbankan ditentukan oleh baik atau buruknya pelayanan yang diberikan. Ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan oleh nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik customer service, teller atau kasir. Namun istilah customer service digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama customer service. Customer service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, customer service diharapkan dapat melakukan "one stop service", artinya nasabah cukup menghubungi bagian customer service saja dalam berhubungan dengan bank. Customer service haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung merupakan salah satu bank pembiayaan rakyat syariah yang baru berdiri namun telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani masabahnya. Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelayanan customer service penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisa bagaimana yang dilakukan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam meningkatkan kepuasan nasabah akan menuangkan dalam sebuah karya ilmiah "skripsi" dengan judul:

"Analisis Komunikasi Interpersonal Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung."

## TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi interpersonal (antar pribadi) didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya "Komunikasi Antar Manusia", bahwa:

"The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback. (Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika)." (Devito, 1997:60).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan beberapa ciri khas komunikasi interpersonal yang membedakannya dengan komunikasi massa dan komunikasi kelompok. Menurut Barnlund yang kemudian dikutip oleh Liliweri menyatakan beberapa ciri komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi interpersonal selalu :

1. Terjadi secara spontan
2. Tidak mempunyai struktur yang teratur atau diatur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu
5. Dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaan yang kadang - kadang kurang jelas
6. Bisa terjadi sambil lalu. (Liliweri, 1997: 13).

Komunikator senantiasa menunjukkan ada hubungan antara dua pihak yang melakukan komunikasi secara bersama-sama, artinya seluruh proses komunikasi yang disertai dengan tindakan persuasi senantiasa diarahkan untuk mengubah cara berpikir, pandangan, wawasan, perasaan, sikap dan tindakan komunikan.

Kepuasan bahasa Inggris berarti *satisfaction* yang berasal dari bahasa latin, yakni *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Sedangkan menurut Richard Oliver dalam Irawan:

"Kepuasan adalah respon dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang." (Irawan, 2002: 3)

Menurut Irawan, arti kepuasan memang akan berkaitan erat dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh customer service dalam memenuhi kebutuhan pelanggan komunikasi interpersonal antar customer service terhadap pelanggannya. Kepuasan yang dirujuk ini pun memberikan pemahaman bahwa pelayanan menjadi faktor dalam menilai.

### Faktor-faktor Kepuasan

Handy Irawan menjelaskan mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong terciptanya kepuasan pengguna barang atau pun jasa, yaitu: "kualitas produk, kualitas pelayanan, citra produk, Harga dan kemudahan memperoleh produk." (Irawan, 2002: 38).

1. Kualitas Produk. Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk yaitu, keunggulan, daya tahan, ciri,keandalan,konsisten, design.
2. Kualitas Pelayanan. Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai karyawan perusahaan. Berdasarkan konsep kualitas pelayanan yakni ada 5 dimensi yaitu keandalan, Ponsiveness, kepastian, empati, jelas.
3. Citra Produk. Kepuasan merupakan kulaitas produk atau citra produk di mata pelanggan, produk yang Citra produk (merek) merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. Merek dapat menjadi suatu nilai tambah bagi produk baik itu produk yang berupa barang maupun jasa, merek adalah istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual, yang membedakan produk/jasa tersebut dengan produk lain terutama produk saingannya.
4. Harga. Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Untuk industry ritel, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.
5. Kemudahan memperoleh produk.Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendaptkan produk atau pelayanan. Banyak pelanggan mungkin tidak puas dengan pelayanan, kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

## **METODOLOGI**

Jenis penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian dengan pengamatan langsung yang bersifat interaktif dan memaparkan sesuai data yang didapat. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic.

Sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan riil atau tidaknya suatu penelitian tersebut. Dalam hal ini, penulis membagi dalam dua kategori, yaitu:

1. Data Primer merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau dari hasil penelitian lapangan. Sumber data yang yang

tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data yang merupakan sebagai data pendukung.

2. Data sekunder di dapat dari buku-buku, jurnal, majalah, koran, internet, dan penelitian terdahulu serta sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini. Subyek dan Obyek Penelitian, adapun yang menjadi subyek pada penelitian ini adalah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, sedangkan untuk obyek yang diteliti adalah mengenai strategi pelayanan costumer service yang dilakukan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

#### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti untuk mendapatkan data yang sedang di perlukan dalam penelitian. Untuk itu mendapatkan data dan pengumpulan data, penulis menggunakan instrumen pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi yaitu metode melalui pengamatan secara langsung di lapangan terhadap obyek penelitian
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung dengan responden.
3. Informan, menurut Meolong (2013:123) adalah orang-orang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian

#### Teknik Analisa Data

Penulis melakukan analisa setelah semua data yang diperlukan terkumpul. Dalam teknik menganalisis data penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu teknik data dimana penulis terlebih dahulu memaparkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan secara sistematis kemudian dianalisis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian, untuk selanjutnya disajikan dalam bentuk laporan ilmiah.

## HASIL PENELITIAN

### Gambaran Umum Penelitian

#### a. Sejarah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

PT. Bank Perkreditan Rakyat Mitra Agro Usaha adalah lembaga keuangan perbankan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah islam. Berawal dari keinginan para pendiri untuk turut serta dalam pengembangan ekonomi kerakyatan, pada tanggal 2 Maret 2009 di dirikanlah sebuah lembaga keuangan mikro bernama PT. BPR Mitra Agro Usaha yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara konvensional PT. BPR Mitra Agro Usaha Di dirikan atas persetujuan Prinsip Bank Indonesia No. 11/115/DKBU Tanggal 2 Maret 2009 dan memiliki Pengesahan Badan Hukum Perseroan dari pemberi hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU-21384.AH.01.01 tahun 2009 Tanggal 18 Mei 2009, Pemberian izin usaha Gubernur Bank Indonesia No. 12/17 KEP.GBI/DPG/2010 tanggal 9 Maret 2010 dan mulai beroperasi tanggal 5 april 2010.

**b. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung**

**Visi**

Menjadi BPRS terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah

**Misi**

Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan

**c. Produk-produk Pembiayaan PT. PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung**

1. Tabungan MAU Syariah Ib
2. Pembiayaan Murabahah
3. Deposito Mudharabah

**d. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi ini dibuat untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang sehat sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**e. Budaya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung**

1. Sidiq  
Memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam
2. Istiqamah  
Konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi godaan dan tantangan.
3. Fathanah  
Mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala tugas dan kewajiban
4. Amanah  
Memiliki tanggung jawab menjalankan tugas dan kewajiban
5. Tabliq  
Mengajak sekaligus memberi contoh

**f. Tagline PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung**

Adapun tagline pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yaitu: "KEJAR KUANTITAS UTAMAKAN KUALITAS"

**Analisis Data**

**a. Analisis keterbukaan (openness) customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah**

Kualitas keterbukaan (openness) mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi, Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 1974). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Isnaini Dwidayanti selaku staff customer service di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, berikut cara customer service melayani nasabah dengan komunikasi interpersonal

Berikut 5 Kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaku komunikasi interpersonal (customer service):

1. Confidence (percaya diri) maksudnya adalah para pelaku komunikasi interpersonal (customer service) harus memiliki rasa percaya diri secara sosial (social confidence).
2. Immediacy merujuk pada situasi adanya perasaan kebersamaan antara pembicara dan pendengar. Immediacy ditunjukkan dengan sikap memperhatikan, menyenangi, dan tertarik pada lawan bicara.
3. Interaction management maksudnya adalah kemampuan untuk mengontrol interaksi demi memuaskan kedua belah pihak pelaku komunikasi.
4. Expressiveness maksudnya adalah kemampuan untuk secara sungguh-sungguh terlibat dalam proses komunikasi.
5. Other orientation maksudnya adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan orang lain selama proses komunikasi interpersonal berlangsung.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut di atas berikut hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung :

“mba customer service-nya sambut saya kalo pas ke bank, trus dr awal masuk langsung berdiri nggasih salam, dan mba customer service-nya mempersilahkan saya duduk, nanya nama saya siapa, apa yang bisa di bantu, pokoknya ramah deh.” (wawancara dengan Ibu Lusia Tri Sulatiah pada 25 Juni 2018).

Dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dapat diketahui bahwa benar sikap keterbukaan (openess) dalam efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan customer service dapat membuat nasabah merasa puas akan pelayanan yang di berikan, dan sikap terbuka dari customer service menjadi pencair suasana dalam melakukan komunikasi interpersonal

#### **b. Analisis Empati (emphaty) customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah**

Empati yaitu sebagai “kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih.

Melalui empati dalam komunikasi interpersonal dapat lebih mudah memahami orang lain dengan baik. Empati merupakan perhatian yang tulus diberikan oleh karyawan bagian customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung kepada para nasabah dengan indikator sebagai berikut: Tanggap permintaan dan keluhan nasabah, Menawarkan bantuan dengan antusias, Sikap perhatian dan proaktif, Sikap

empathy dan Komunikatif Seperti yang di ungkapkan customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Mba Isnaini Dwidayanti customer service di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, berikut tata cara menangani keluhan nasabah dengan sikap empati:

Dalam pelaksanaan operasional perbankan, seringkali terdapat komplain nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui berbagai media). Komplain nasabah apabila tidak diselesaikan dengan baik oleh pihak bank akan menjadi perselisihan atau sengketa yang pada akhirnya akan dapat merugikan nasabah. Komplain, keluhan atau pengaduan yang tersebar kepada publik melalui berbagai media apabila tidak segera ditanggulangi akan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat pada lembaga perbankan umumnya dan reputasi bank pada khususnya. Oleh karena itu untuk mengurangi permasalahan mengenai komplain nasabah maka sangat diperlukan pengelolaan dan penanganan komplain yang baik. Dalam mengelola dan menangani komplain nasabah diperlukan sikap, perilaku, pola bicara, gerakan tubuh dan ekspresi yang baik agar dapat menyenangkan hati nasabah.

Dalam menangani komplain nasabah hal dasar yang harus dilakukan yaitu tersenyum, seorang customer service ataupun petugas bank harus dapat menahan emosi diri saat nasabah komplain. Sebagian besar dari nasabah yang komplain adalah mereka memiliki perhatian lebih terhadap perusahaan dan ingatlah bahwa setiap komplain akan membuat perusahaan bekerja dengan baik. Oleh karena itu, tangani komplain dengan memuaskan sehingga loyalitas nasabah akan meningkat. Seperti yang di ungkapkan Isnaini Dwidayanti customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung:

“Senyum menjadi menjadi pencair suasana antara CS dengan pelanggan, senyumnya juga nggayang dibuat-buat gitu, dan ada rumusnya : 225 hehehe.. ke kiri dua cm ke kanan tahan lima detik, penyambutan pelanggan dengan antusias dan tulus, CS harus memperkenalkan diri terlebih dahulu sebagai bentuk keterbukaan kepada pelanggan dan siap melayani, menyebutkan nama pelanggan minimal tiga kali,makanya keterlaluhan kalau CS sampe lupa nama pelanggan saat melayani” ( wawancara dengan customer service Isnaini Dwidayanti, Selasa 26 Juni 2018)

Selain hasil wawancara di atas berikut ini adalah cara customer service menangani keluhan nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung antara lain sebagai berikut:

1. Memohon maaf/empati
2. Tetapkan apa yang nasabah inginkan untuk dilakukan penyelesaian
3. Jagalah tetap loyal (jangan menghindar atau menyangkal)
4. Usahakan membantu, bukan menyalahkan
5. Berhati-hati jika tidak setuju dengan pendapat nasabah
6. Jangan menyindir atau meremehkan
7. Jangan abaikan keluhannya
8. Minta persetujuan nasabah

9. Bila perlu, informasikan pada atasan
10. Jangan merendahkan reputasi bank
11. Catat dan klasifikasikan komplain sebagai pelajaran bagi perusahaan
12. Melakukan langkah konkrit untuk secepatnya menangani komplain
13. Mengucapkan terimakasih
14. Objection/sanggahan nasabah

Dalam menangani complain tidak sedikit nasabah melakukan objection/sanggahan terhadap apa yang dijelaskan oleh customer service. Langkah-langkah untuk menangani objection/sanggahan tersebut sebagai berikut:

1. Klarifikasi: cari apa sebenarnya yang menjadi sanggahan nasabah
2. Acknowledge: menjelaskan sanggahan nasabah dengan penjelasan yang terukur
3. Tentukan sebab utama dari sanggahan itu: biasanya akibat salah pengertian atau kurang jelasnya informasi yang diberikan kepada nasabah
4. Confirm: melakukan konfirmasi kepada nasabah bahwa sanggahan telah diberikan jawaban

### **c. Analisis Sikap Mendukung (supportiveness) customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah**

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Sikap mendukung disini dimaksudkan, seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap defensif. Dukungan dapat dilakukan dengan menggunakan isyarat-isyarat nonverbal seperti tersenyum, menganggukkan kepala, mengedipkan mata dan tepuk tangan. Sikap mendukung dipupuk lebih kepada deskriptif, dan spontan. Deskriptif disini bukanlah evaluatif yang lebih kearah menghakimi, melainkan lebih kearah memberi saran yang membangun.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Mba Isnaini Dwidayanti customer service di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, berikut sikap mendukung terhadap nasabah:

1. Duduk berhadapan dengan nasabah lalu memberikan pelayanan kepada nasabah secara profesional dan mengikuti standar layanan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung (contoh: tidak menerima telpon saat berbicara dengan nasabah), tidak memaksakan penjualan kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman, memberikan informasi secara detail dan jujur kepada nasabah, mengikuti standar layanan dan penjualan yang dimiliki oleh bank, memahami produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bandar Lampung secara baik sehingga bisa menjawab pertanyaan yang diajukan nasabah, atau mempelajari kebutuhan calon nasabah, menawarkan dan menjelaskan secara lengkap bagaimana produk berfungsi, Tidak melakukan miss selling penjualan secara tidak benar dengan cara memberi informasi yang salah atau janji-jani yang berlebihan sehingga nasabah kecewa dan melakukan komplain ke PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

2. Membuat nasabah nyaman dengan pembicaraan dua arah, customer service harus bisa mendengarkan dan memahami/peka apa yang dibutuhkan nasabah. Digali kebutuhan nasabah itu apa.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut di atas berikut hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Ibu Lusua Tri Sulatiah:

“customer service di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha telah memberikan wawasan kepada kita tentang produk yang di tawarkan dan sangat mengetahui apa yang saya butuhkan dalam memilih produk, sesuai dengan harapan. Kayak kemarin waktu saya ngobrol sama CS di cari tahu dulu kita butuhnya apa kemudian di jelasin produknya sama yang sesuai kita butuhin” (wawancara dengan Ibu Lusua Tri Sulatiah, pada tanggal 25 Juni 2018)

#### **d. Analisis Sikap Positive customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah**

Banyak bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Yang pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (Customer Service) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, Customer Service harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya. Mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut di atas berikut hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Ibu Marsilah:

“selama saya jadi nasabah di bank ini (PT. Bank Pembiayaan Mitra Agro Usaha Bandar Lampung) pelayanan yang di kasih sih udah baik kok mba, ramah, sopan, terus kalo saya bertanya mengenai produk produk juga di jawab dengan jelas dan sabar” (wawancara dengan Ibu Marsilah, pada tanggal 26 Juni 2018)

**e. Analisis Kesetaraan customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah**

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Isnaini Dwidayanti selaku customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Berikut sikap kesetaraan yang harus dimiliki customer service dalam melayani nasabah:

"selama melayani nasabah salah satu yang harus dilakukan adalah menganggap nasabah adalah raja atau sesuatu yang berharga. Artinya nasabah memiliki kedudukan yang penting bagi perkembangan suatu bank karenanya harus kita hargai. Hal itu yang membuat hubungan customer service terhadap nasabah terjalin dengan baik"

Dari pernyataan-pernyataan tersebut di atas berikut hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Ibu Marsilah:

"waktu saya ketemu dengan customer service di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung untuk nanya nanya tentang produk, si Customer Service nya benar benar melayani dengan baik banget, gak sombong, ramah, gak mandang status social antar nasabah ataupun antara saya dan Customer Service nya.

Dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dapat diketahui bahwa benar sikap kesetaraan dalam efektivitas komunikasi

interpersonal yang di lakukan customer service dapat membuat nasabah merasa nyaman dan pesan yang disampaikan pun biasanya akan lebih diterima dengan baik dan dari adanya sikap kesetaraan dalam proses komunikasi interpersonal antara lain memahami posisi orang lain, menunjukkan rasa simpati, menunjukkan kesungguhan dalam mendengarkan orang lain, membantu memecahkan masalah orang lain, memberikan kenyamanan dalam komunikasi, membuat nasabah merasa di hargai dan di butuhkan keberadaannya.

### **Pembahasan**

Bank sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan terkadang mendapatkan opini atau komentar dari nasabah terkait dengan kepuasan yang mereka terima setelah menggunakan jasa tersebut. Hal ini disebabkan jasa tidak dapat seperti barang yang dapat dilihat, sehingga persepsi nasabah setelah menggunakan jasa berbeda-beda.

Dalam memberikan pelayanan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan customer service di karenakan customer service adalah personal yang paling utama dalam berinteraksi terhadap para nasabah, terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian customer service harus mampu memberikan pelayanan yang membuat para nasabah merasa puas atas pelayanan yang di berikan.

Customer service melakukan komunikasi secara tatap muka (face to face) dengan nasabah. Komunikasi tatap muka (face to face) antara komunikator dengan komunikan merupakan salah satu cirri komunikasi interpersonal. Selain itu, proses pelayanan tatap muka merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan di antara satu individu dengan individu lainnya. Tujuan pelayanan tatap muka adalah membuka saluran komunikasi dan informasi nasabah, hal ini merupakan salah satu bentuk komunikasi interpersonal sangat efektif untuk membangun komunikasi yang efektif antra customer service dan nasabah.

Efektivitas Komunikasi interpersonal customer Service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terhadap kepuasan nasabah pada pelayanan yang di berikan ternyata begitu puas, tinggi dan sangat kuat yang para responden rasakan dengan pelayanan yang diberikan. Faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adanya efektivitas komunikasi interpersonal yang diberikan customer service untuk kepuasan dalam memenuhi salah satu kebutuhan hidupnya. Penerapan baru dalam sistematis pelayanan dan memberikan salah satu produk yang dimiliki PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung melalui customer service agar semua produk unggulan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, tertarik, nyaman dan aman bagi nasabah untuk mempercayai penyimpanan uang atau peminjaman di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Dengan persentasi seperi ini maka PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro

Usaha Bandar Lampung bisa lebih memberikan sistematis yang baru dalam mempertahankan nilai yang tinggi atau sangat kuat seperti ini untuk kemajuan perusahaan kedepannya.

Efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh customer service untuk memberikan kepuasan terhadap pelayanan nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memberikan salah satu kontribusi langsung bagi peningkatan layanan yang mudah.

Banyak manfaat dari salah satu layanan unggulan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung tersebut untuk memberikan rasa nyaman, aman, mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan. Terbentuknya sisi positif PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dimata publik tentang produk unggulan yang memberikan tingkat kenyamanan, aman, komperatif, juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan memberikan yang terbaik dari pesaing pesaing bisnis lainya dengan pembentukan program yang sama.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik suatu kesimpulan yang berpinjak pada teori yang digunakan yaitu teori A-B-X Newcomb dari onong uchjana Effendy yang disusun kembali oleh Josep A. Devito, yang dimana hasil penelitian ini membuktikan dari mengukuhkan bahwa efektivitas yang diberikan customer service dan pada pihak penerima yaitu dalam hal ini nasabah yang merupakan suatu feedback yang diberikan oleh customer service kepada nasabah, Efektivitas Komunikasi Interpersonal adalah Customer Srvce salah satunya adalah layanan dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Efektivitas Komunikasi Interpersonal yang berupa komunikasi antar dua arah yang diberikan oleh nasabah diterima dengan baik. Komunikasi yang berlasung dengan adanya perhatian dari nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung pada proses berikutnya pengertian, dimana nasabah sudah mengerti terhadap komunikasi interpersonal yang diberikan oleh customer service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung. Kemampuan nasabah ini sudah mampu memiliki nilai kepuasan yang sangat baik.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan antara Keterbukaan (*openess*) Customer Service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Terhadap Kepuasan Nasabah dapat di ketahui bahwa benar sikap keterbukaan (*openess*) dalam efektivitas komunikasi *interpersonal* yang di lakukan customer service dapat membuat nasabah merasa puas akan pelayanan yang di berikan, dan sikap terbuka dari *customer service* menjadi pencair suasana dalam melakukan komunikasi *interpersonal*
2. Hubungan Antara Empati (*emphaty*) Customer Service PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Terhadap Kepuasan Nasabah sudah benar, hal ini dikarenakan sebagian

nasabah merasa dalam menanggapi keluhan sudah baik arah hubungan yang positif akan memberikan arah yang sama antara empati dengan kepuasan.

3. Hubungan Antara Sikap mendukung (*supportiveness*) *Customer Service* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Kepada Nasabah Terhadap Kepuasan Mereka dalam pelayanan sudah memenuhi kepuasan nasabah dikarenakan komunikasi yang efektif yang diberikan kepada nasabah baik, hal ini dikarenakan arah hubungan yang positif akan memberikan arah yang sama antara Sikap Mendukung dengan kepuasan.
4. Hubungan Antara Sikap Positif (*positiveness*) *Customer Service* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Kepada Nasabah Terhadap Kepuasan Mereka Pada Pelayanan *customer service* adalah baik, dikarenakan reaksi yang menyenangkan karena sebgaiian nasbah merasakan rekasi yang menyenangkan yang diberikan kepada nasabah sudah baik hal ini dikarekanakan hubungan yang positif akan memberikan arah yang sama antara sikap positif dengan kepuasan.
5. Hubungan Antara Kesetaraan *Customer Service* PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Kepada Nasabah Terhadap Kepuasan Mereka Pada pelayanan yang di berikan adalah kuat dikarenakan pengakuan yang diberikan kepada sebgaiian besar pelanggan merasakan sudah baik hal ini dikarekanakan hubungan yang positif akan memberikan arah yang sama.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga masih perlu di lakukan penelitian lanjutan sehingga masih perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang topik Analisis Komunikasi Interpersonal *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A Devito, Joseph. 2011. Komunikasi Antar manusia. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- A Devito, Joseph. 1997. Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: Professional Books.
- A.S Moenir. 1992. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell John.W. 2014. Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchajana, M. A.1989. Kamus Komunikasi. BandungPT Remaja RosdaKarya.

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra AdityaBakti.
- Irawan, H. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia.
- Kasmir. 2006. Etika Customer Service. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.Z
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks Salemba Empat.
- Lasswell, Harold. 1960. The Structure and Function of Communication in Society, dalam Mass Communications, a Book of Readings Selected and Edited by the Director of the Institute for Communication Research at Stanford University. Editor: Wilbur Schramm. Urbana: University of Illinois Press.
- Liliweri, Alo.2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana Prenada mediagroup
- Moleong,L. J.(2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- <http://witchnc clown.wordpress.com/2013/01/19/bpr-syariah/>.html. Diakses pada 23 November 2017, pukul 21.30 wib.
- <http://maratulkhayati.blogspot.co.id/2016/05/normal-0-false-false-false-in-x-none-ar.html>. Di akses pada hari minggu 03 september 2017, pukul 19:36 wib.
- [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34052/1/Yusron Musthafa Kamali - Fd](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34052/1/Yusron%20Musthafa%20Kamali%20-%20Fd). Di akses pada hari minggu 03 september 2017, pukul 19:40 wib.
- <https://www.google.com/search?q=Model+Proses+Komunikasi>. Diakses pada hari selasa 05 september 2017, pukul 08:45 wib.
- <https://mitraduniakerja.blogspot.com/2014/10/makalah-komunikasi-interpersonal.html>. Diakses pada hari senin 17 September 2018, pukul 09:12 wib.
- <https://adisujai.wordpress.com/2010/08/15/kualitas-pelayanan-dan-kaitannya-dengan-kepuasan-nasabah-bank-syariah>