

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menyajikan hasil wawancara kepada dua informan dan pengamatan yang didapatkan melalui partisipasi peneliti yang terlibat langsung di lapangan, tentang kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan citra positif yang diadakan di BTN Kantor Cabang Bandar Lampung sebagai lokasi penelitian.

Data yang telah dikumpul kemudian diolah secara sistematis menurut tata aturan yang telah ditetapkan dalam metode penelitian. Pertama-tama data yang diperoleh di lokasi penelitian dituangkan dalam uraian atau laporan dikumpulkan berdasarkan pertanyaan (dikelompokkan) jawaban yang sama dan yang berbeda dipisahkan. Kemudian data yang disajikan dalam bentuk kutipan dari hasil wawancara diurutkan sesuai dengan reduksi yang telah dilakukan, lalu yang terakhir melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang lokasi dan selama proses pengumpulan data.

5.2. Identitas Informan

Informan *customer service* BTN

1. Informan I



Nama : Fayrina Elaftika A.Surbakti

TTL : Blitar, 15-07-1990

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl.P.Alam Boulangan No.1 Segala Mider

: Tanjung Karang Barat

Status : Belum Menikah (*single*)

Pendidikan Terakhir : Diploma III

Kode : Informan I

2. Informan II



Nama : Funny Priana

TTL : Tanjung Karang, 07-05-1989

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Tj Raya Permai Tj Senang

Status : Belum Menikah (*single*)

Pendidikan Terakhir : Diploma III

Kode : Informan II

5.3. Etika Perorangan Pegawai BTN adalah sebagai berikut:

1. Patuh dan taat pada ketentuan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.
2. Melakukan pencatatan yang benar mengenai segala transaksi yang bertalian dengan kegiatan BTN.
3. Menghindarkan diri dan persaingan yang tidak sehat.
4. Tidak menyalahgunakan wewenangnya untuk kegiatan pribadi.
5. Menghindarkan diri dan keterlibatan dalam pengambilan putusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan.
6. Menjaga kerahasiaan nasabah dan BTN.
7. Memperhitungkan dampak yang merugikan dan setiap kebijakan yang ditetapkan BTN terhadap keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan.
8. Tidak menerima hadiah atau imbalan yang memperkaya diri pribadi maupun keluarganya.
9. Tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya.

5.4. SOP pada *Customer Service CS*

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dimengerti dan dipahami oleh *customer service* secara umum yang menunjang tercapainya kepuasan pelanggan atau nasabah, antara lain sebagai berikut:

1. Pakaian dan penampilan rapi dan bersih

Customer service harus mengenakan seragam yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pakaian yang dikenakan harus memberikan kesan yang benar-benar memikat konsumen atau nasabah. Warna seragam atau busana yang dipakai tidak menyolok atau tidak berkesan terlalu terbuka atau bahkan terlalu mini, bisa distandarkan batasan untuk wanita rok yang digunakan sebatas lutut dan tidak diperkenankan diatas lutut. Apabila pria maka petugas juga mengenakan warna kemeja yang *soft* atau lembut dan hindari kemeja berwarna-warni sebaiknya warna-warna kantor (*office look*).

2. Percaya diri, bersikap akrab, ramah dan penuh senyum (*smiling face*)

Dalam melayani nasabah, seorang *Customer service* tidak boleh ragu-ragu, apalagi yang namanya tidak menguasai produk, sehingga ketika nasabah bertanya maka jawabannya ngambang, akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. *Customer service* juga harus bersikap akrab, ramah dan penuh senyum dengan raut muka yang menarik setulus hati serta tidak dibuat-buat. Tetapi yang harus diperhatikan juga tidak berkesan *want to know banget* atau sebaliknya *SKSD*, sok kenal sok dekat, sewajar-wajarnya saja dan tidak berlebih-lebihan.

3. Menyapa dengan lembut dan menyebutkan nama pelanggan atau nasabah

Pada saat nasabah datang, *customer service* harus menyapanya terlebih dahulu. Usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya agar terasa lebih akrab. Apabila petugas telah beberapa kali bertemu dan melayani nasabah yang datang untuk bertransaksi maka memang akan sangat baik apabila kita menyebutkan namanya, tapi kalau tidak yakin ingat namanya sebaiknya tidak usah disebutkan saja daripada salah menyebutkan nama nasabah.

4. Tenang, sopan, sabar dan hormat dalam mendengarkan setiap pembicaraan

Pada saat melayani nasabah, *customer service* harus dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, dan sopan dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati sekaligus berusaha memahami nasabah. Apalagi kalau yang datang itu nasabah yang *complain*, maka jangan sekali-kali petugas melayani sambil lalu dan tidak menghargai ketika nasabah menyampaikan keluhannya, pantang bagi petugas *customer service* mengabaikan nasabah yang sedang menyampaikan keinginan atau bahkan harapannya terhadap bank dimana ia mempercayakan uangnya untuk disimpan. Sekalipun memang ada juga nasabah yang terkesan terlalu banyak maunya, selama itu tidak menyimpang dari aturan dan bisa diterima, maka sikap seorang petugas *customer service* tetap harus ramah, sekalipun ia harus menerima omelan atau bahkan ancaman sekalipun. Itulah fungsi seorang *frontliners*, harus bisa menguasai situasi bahkan yang terburuk sekalipun.

5. Mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik

Customer service harus tekun mendengarkan pembicaraan nasabah dan berusaha menerima keluhan nasabah dengan baik. Dengan begitu, nasabah akan merasa dihargai dengan baik. Seperti apa yang sudah saya sampaikan diatas, petugas *customer service* harus bisa memposisikan diri, seandainya nasabah yang mengalami hal yg tidak nyaman itu adalah dirinya, itu sangatlah penting, suatu rasa *empathy*.

6. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar

Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Suara yang digunakan juga harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah sulit yang tidak dipahami oleh nasabah. Mungkin saja untuk bank-bank daerah (BPD) seringkali untuk memikat hati nasabahnya maka petugas akan merasa lebih dekat dengan nasabahnya apabila ia menggunakan bahasa daerah setempat. Sekalipun itu bukan suatu yang sesuai dengan standar operasional prosedur bagi sebuah bank. Ini pantang juga apabila seorang petugas berbicara sambil mengunyah permen atau sambil makan *biscuit*.

7. Antusias dalam melayani dan tunjukkan kemampuan

Seorang *customer service* harus menunjukkan pelayanan yang prima dengan memahami keinginan dan kemauan nasabah. Dalam memberikan informasi ke nasabah, *customer service* harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang produk bank sehingga nasabah dapat terbantu. Hal ini penting sekali, informasi yang seragam antara produk-produk yang ada dengan pengetahuan

yang dimiliki oleh seorang petugas *customer service*. Bahkan yang lebih lagi harus dimiliki adalah kepandaian menggali kebutuhan nasabah dan menawarkan produk-produk yang menarik bahkan mampu memberikan masukan kepada nasabah untuk memilih produk yang ditawarkan (fungsi *cross selling*).

8. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Keragaman nasabah yang dilayani, harus membuat seorang petugas *customer service* menjadi pandai dan cekatan dalam melayani nasabah, dan ketika saat nasabah sedang berbicara jangan sekali kali menyela atau memotong pembicaraannya. Kemudian hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran, dan jangan berdebat apabila terjadi sesuatu dengan nasabah. Ibaratnya nasabah selalu yang harus lebih didengarkan pendapatnya. Dan belajarlah melapangkan hati dan menerima kondisi-kondisi yang ada.

9. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. *Customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan kepada nasabah atas pelayanan yang diberikan. Maksudnya adalah penting bagi seorang petugas *customer service* meyakinkan bahwa tabungan nasabah terjamin dan produk yang diambil adalah produk yang menguntungkannya, sebab kalau ditanya maka keinginan nasabah adalah uang yang ditabungnya logikanya itu akan bertambah terus dengan adanya bunga bank yang ditawarkan dengan beraneka persaingan yang menarik dan bukan sebaliknya malah berkurang.

10. Apabila tidak bisa menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan

Dalam praktiknya, terkadang ada hal-hal yang tidak mampu atau tidak sanggup diselesaikan sendiri. Dalam hal ini, jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan kepada yang sanggup dan mengerti akan permasalahan tersebut atau seringkali juga permasalahan yang ada diluar wewenang dari *customer service* . Dalam hal ini yang levelnya diatas *customer service*, bisa juga minta bantuan kepada teman yang saat itu sedang bertugas atau atasan yang bertanggung jawab. Dan apabila dibutuhkan waktu untuk menyelesaikannya, maka beritahukan juga berapa lama kira-kira nasabah harus menunggu, kalau seandainya tidak dapat memastikan waktu untuk menyelesaikannya karena mungkin berhubungan dengan divisi yang lain, maka mintalah nomor telepon nasabah yang bisa dihubungi, dan katakan apabila telah ada penyelesaiannya maka nasabah akan secepatnya dihubungi kembali.

5.4.1. Standard Layanan *Frontliner* BTN

Informasi umum :

- A. **Cabang gedung bersama** : cabang terletak di gedung dimana setelah nasabah masuk (dari pintu pertama yang ditemui) langsung bertemu dengan *lobby* gedung, bukan *banking hall*.
- B. **Cabang gedung sendiri** : terletak di gedung terpisah/ruko/gedung dimana setelah nasabah masuk (dari pintu pertama yang ditemui) langsung bertemu dengan *banking hall*.

Customer Service

A. Sikap

No	Aspek	Keterangan
1	Lama menunggu untuk dilayani	Dihitung bila: <ul style="list-style-type: none"> - Saat nasabah datang tidak ada satu pun CS yang bertugas di meja - CS sudah memanggil nasabah untuk duduk di depan meja CS namun CS tidak segera melayani nasabah dan melakukan kegiatan/transaksi lain - CS berada di mejanya namun belum siap melayani dan tidak memasang papan <i>Closed</i> atau CS tidak berada di mejanya serta tidak memasang papan <i>Closed</i>. - CS sudah memanggil nasabah namun tidak siap di meja, misalnya baru kembali dari <i>back office</i>.
2	Posisi CS saat menyambut nasabah	- CS berdiri
3	Sikap ketika nasabah datang	<ul style="list-style-type: none"> - Menyilahkan nasabah duduk kata-kata (“Silahkan Pak/ Bu...”) dan gerakan tangan (tangan kanan, lima jari) atau anggukan kepala. - Tidak diperkenankan menggunakan bahasa isyarat saja. - Duduk setelah nasabah duduk
4	Sikap mengawali layanan	<p>Salam: ”Selamat pagi/ siang/ sore” Sesuai waktu sapaan a.l. (pagi 07:00 s/d 10:59, siang 11:00 s/d 14:59 dan sore 15:00 s/d 18:00). Sapa nasabah: ”Pak/Bu” Senyum Berjabat tangan Perkenalkan diri dan menanyakan nama nasabah Tawarkan bantuan</p>
5	Pandangan / kontak mata	<ul style="list-style-type: none"> - Kontak mata dengan nasabah selama melayani - Pandangan CS ketika berbicara harus selalu ke arah nasabah.
6	Posisi selama melayani	- Duduk tegak tidak bersandar, condong ke arah nasabah dan sikap tangan terbuka (tidak melipat tangan).
7	Mengarahkan dalam pengisian	- Tunjukkan field yang harus diisi (boleh diberi tanda) dengan menggunakan pena termasuk <i>KYC</i>

No	Aspek	Keterangan
	formulir	Untuk membantu mempercepat pengarahannya kepada nasabah, gunakan contoh formulir yang diisi data <i>dummy</i> sebagai alat bantu <ul style="list-style-type: none"> - Upayakan untuk tidak meninggalkan nasabah - CS tidak diperkenankan mengisikan form <i>KYC</i> nasabah
8	Perhatian selama melayani	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatian <i>focus</i> pada nasabah dan transaksinya, tidak melakukan pekerjaan lain yang tidak berhubungan dengan transaksi nasabah/ berbicara/ telepon dengan orang/ nasabah lain
9	Sikap saat menginterupsi	<ul style="list-style-type: none"> - Meminta ijin kepada nasabah yang sedang dilayani untuk menyapa nasabah yang baru datang, dan meminta nasabah yang baru untuk menunggu. - Jika interupsi berupa <i>incoming call</i>, minta ijin kepada nasabah yang dilayani untuk menjawab telepon (“Maaf pak/bu saya angkat dulu teleponnya”). Bicara singkat dan hanya hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan, minta nomor teleponnya agar CS bisa memutuskan pembicaraan dan melakukan <i>follow up</i>. - Jika interupsi dari pegawai internal cabang, minta ijin kepada nasabah dan meminta kepada pegawai cabang untuk menunggu dan akan dilayani setelah transaksi nasabah selesai. - Ucapkan maaf dan terimakasih karena nasabah telah bersedia menunggu - Dilarang melakukan pembicaraan melalui telepon genggam (<i>phone cell</i>) saat melayani nasabah.
10	Menyebutkan nama nasabah	<ul style="list-style-type: none"> - Gunakan nama nasabah selama berinteraksi 3 kali (awal layanan, tengah layanan, akhir layanan)
11	Sikap mengakhiri layanan	<ul style="list-style-type: none"> - Tawarkan bantuan: ”Ada lagi yang bisa dibantu?” - Ucapkan terima kasih - Salam: ”Selamat Pagi/ Siang/ Sore” Sesuaikan waktu sapaan a.l. (pagi 07:00 s/d 10:59, siang 11:00 s/d 14:59 dan sore 15:00 s/d 18:00). - Sebutkan nama nasabah: ”Pak/ Bu(sebutkan nama nasabah)” Berjabat tangan

B. Skill

No	Aspek	Keterangan
1	Menanggapi permintaan buka rekening	<ul style="list-style-type: none"> - Menjajaki / menggali kebutuhan nasabah. Misalnya dengan menanyakan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah ybs pernah membuka rekening di Bank BTN, jika “Ya” gunakan <i>CIF</i> yang sama, ▪ Rekening pribadi atau perusahaan ? ▪ Untuk keperluan investasi atau sehari-hari ? ▪ Mata uang Rupiah atau Valuta Asing ? ▪ Jangan langsung menyodorkan Aplikasi Pembukaan Rekening
2	Penjelasan <i>Benefit/</i> Manfaat Tabungan	<ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan manfaat Tabungan bagi nasabah, misalnya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>online</i> ▪ Kartu ATM sekaligus kartu debit ▪ Fasilitas <i>e-banking</i>
3	Penjelasan Fitur Tabungan	<ul style="list-style-type: none"> - Wajib dilakukan karena menyangkut aspek legal. Hal-hal yang wajib dijelaskan misalnya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal Setoran Awal, Saldo minimal dan Suku Bunga ▪ Biaya: transaksi penarikan (melalui ATM dan <i>Counter</i>), administrasi bulanan, saldo dibawah saldo minimal, penutupan rekening, Limit transaksi (penarikan dan transfer) per hari, ▪ Perubahan status rekening (bila rekening tidak aktif)
4	Penjelasan <i>Benefit/</i> Manfaat ATM	<ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan manfaat ATM bagi nasabah, misalnya : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses 24 jam 7 hari seminggu ke rekening nasabah ▪ Berfungsi sebagai kartu debit dan aman digunakan (dilengkapi dengan <i>PIN</i>) ▪ Dapat digunakan untuk menarik uang tunai di <i>merchant (m-atm)</i>

No	Aspek	Keterangan
5	Penjelasan Fitur ATM	<ul style="list-style-type: none"> - Hal-hal yang dijelaskan, misalnya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaringan ATM dan kerjasama (<i>link</i>, ATM Bersama, Visa, Plus) ▪ Biaya: transaksi di semua jaringan, administrasi bulanan (bila ada) ▪ Informasi perbankan, mis: saldo, suku bunga, perubahan PIN ▪ Transaksi Pembayaran, mis: tagihan telepon, kartu kredit, dll ▪ Transaksi Pembelian, mis: voucher HP, tiket pesawat, dll ▪ Transaksi transfer ke sesama rekening BTN dan ke Bank lain. <p>*) Jika nasabah setuju, berikan ATM instan kepada nasabah dan segera aktifkan kartu tersebut.</p>
6	Penggunaan <i>Sales Kit</i> dan Efektifitas Pemberian Brosur	<ul style="list-style-type: none"> - Memakai <i>Sales Kit</i> yang tepat, sesuai produk yang akan diterangkan kepada nasabah - <i>Sales kit</i> harus terbuka dan menghadap ke arah nasabah - Menunjukkan dan menerangkan <i>fitur & benefit</i>. Saat menerangkan, sesuaikan ucapan dengan item yang ditunjuk di <i>Sales Kit</i> <p>Jelaskan dengan sistematis, point penting saja dan ditutup dengan kata-kata”...semua yang ada disini” (sambil menunjukkan <i>point</i> lainnya)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tawarkan kepada nasabah apakah nasabah bersedia membawa brosur
7	Mendorong pemakaian <i>e-Banking</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membujuk nasabah baru dan <i>eksisting</i> untuk mendaftar dan menggunakan layanan <i>e-banking</i>. Misalnya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ “Ibu, langsung saya daftarkan <i>sms banking</i> ya” ▪ Demokan penggunaan <i>sms banking / mobile banking / internet banking / phone banking</i> di depan nasabah.
8	Pengisian KYC	<ul style="list-style-type: none"> - CS wajib meminta nasabah untuk mengisi KYC, memandu cara pengisian dan memeriksa pengisian KYC (pastikan semua <i>field</i> sudah terisi dengan lengkap). Jika ada <i>field</i> yang belum diisi, minta nasabah untuk melengkapinya. CS boleh mewawancarai nasabah untuk membantu

No	Aspek	Keterangan
		<p>pengisian namun dilarang mengisikan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berikan penjelasan bahwa pengisian KYC diperlukan agar bank dapat lebih mengenal nasabah sehingga dapat menawarkan produk yang sesuai dengan profil nasabah.
8	<i>Cross Selling</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Berinisiatif dan spontan untuk melakukan <i>cross selling</i> kepada nasabah baru dan nasabah <i>eksisting</i>. Tidak menunggu nasabah menanyakan produk. Melakukan <i>cross selling</i> dengan melihat portofolio nasabah di <i>CRM@Branch</i>, sehingga menawarkan produk yang sudah dimiliki nasabah dengan kalimat yang sesuai. - Lakukan <i>cross selling</i> produk berdasarkan <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membuat perkiraan kebutuhan nasabah berdasarkan profil dan data nasabah, misalnya dengan menanyakan : “Tbu, putranya umur berapa sekarang? Kira-kira nanti ingin sekolah dimana? Apakah sudah mulai dipersiapkan? Kami memiliki produk Tabungan Rencana untuk membantu ibu mempersiapkan biaya sekolah untuk putra Ibu.” ▪ Promo program Menawarkan produk yang sedang ada promo program, misalnya : “ Ibu, kartu debit sedang ada program diskon 50% di berbagai macam restoran. Apakah Ibu tertarik? Saya lihat cocok sekali dengan hobby ibu..” ▪ Kebutuhan nasabah “ Bapak saya lihat sedang butuh KPR untuk membangun rumah Bpk, kami mempunyai produk KPR yang sangat cocok dengan kebutuhan Bpk saat ini.” - <i>cross selling</i>, dilakukan di : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Saat di tengah layanan CS melakukan <i>cross selling</i> berdasarkan kepada : <ul style="list-style-type: none"> ○ Profil Nasabah ○ Promo ○ Kebutuhan Nasabah

No	Aspek	Keterangan
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Setelah selesai melayani <ul style="list-style-type: none"> ○ CS menanyakan kesediaan waktu untuk nasabah mendengarkan penjelasan dari CS mengenai produk - Lakukan konfirmasi setelah selesai menjelaskan produk <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apakah produk yang direkomendasikan sesuai dengan kebutuhan nasabah ▪ Apa keputusan terakhir dari nasabah
9	Sikap Awal CS menanggapi keluhan	<p>Dengarkan setiap komplain yang diajukan nasabah dengan penuh perhatian dan tanpa menyela pembicaraan nasabah, biasakan untuk mengkonfirmasi kpd nasabah tentang masalah yang dialaminya.</p>
10	Reaksi pertama menanggapi keluhan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> - Tunjukkan empati dan meminta maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah. Sikap empati tidak harus dengan mengucapkan maaf atas ketidaknyamanan, karena empati dapat juga ditunjukkan dengan anggukan atau bahasa isyarat. Empati dengan mengucapkan ”maaf atas ketidaknyamanan Bp/Ibu mengenai...(sebutkan permasalahan nasabah)” - Minta identitas nasabah dan bukti kepemilikan rekening (kartu ATM, buku dll) - Mintakan informasi detil komplain agar tidak terjadi salah pengertian a.l bukti/ slip transaksi, tanggal kejadian. - Pelajari komplain nasabah berdasarkan bukti-bukti yang ada, cek mutasi rekening nasabah, lakukan konfirmasi kepada pihak lain bila diperlukan.
11	Upaya dan Penyelesaian Masalah, serta Pencatatan Komplain	<ul style="list-style-type: none"> - Tunjukan sikap / keinginan untuk membantu nasabah. - Catat komplain nasabah dan berikan copy catatan kepada nasabah beserta nomor referensi dari <i>CRM@Branch</i> - Bila memungkinkan selesaikan komplain saat itu juga dengan solusi yang tepat. Bila diperlukan, CS dapat mencari solusi ke CS

No	Aspek	Keterangan
		<p>lain/<i>backoffice</i>/kantor pusat untuk memberikan solusi yang tepat bagi nasabah (tidak membuat asumsi penyelesaian sendiri)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berikan alternatif solusi atas permasalahan nasabah - Bila komplain tidak dapat segera diselesaikan dan perlu waktu penyelesaian, berikan kepastian berapa lama komplain diselesaikan. - Minta nomor telepon nasabah agar mudah menghubungi, dan telepon nasabah sesuai janji yang diberikan. - Bila komplain nasabah tidak beralasan, tidak perlu menunjukkan kesalahan nasabah tapi berikan petunjuk yang benar kepada nasabah tanpa terkesan menggurui - Setelah komplain diselesaikan dan ternyata kesalahan di pihak nasabah, ingatkan kembali cara melakukan transaksi yang benar dan berikan panduan. - Tawarkan layanan atau produk lain sebagai alternatif bila nasabah gagal menggunakan satu layanan atau produk
12	Penutupan Rekening	<ul style="list-style-type: none"> - Menanyakan alasan penutupan rekening. Coba pertahankan namun jangan terkesan memohon. - Coba tawarkan produk lain yang lebih sesuai sebagai solusi atas kondisi nasabah.
13	Waktu Transaksi	<ul style="list-style-type: none"> - Pembukaan rekening: maksimal 30 menit (termasuk 1 cross selling produk) - Tutup rekening: maksimal 5 menit
14	Lain-Lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. No telepon yang diberikan saat membuka rekening tabungan adalah nomor BTN Call. Tidak disarankan untuk memberikan nomor telepon cabang. 2. Pemberian ATM spontan menginformasikan bahwa Tabungan dilengkapi dengan ATM tanpa ditanya oleh Nasabah 3. Penjelasan ATM menginformasikan jaringan kerjasama ATM dan biaya transaksinya (logo-logo di kartu ATM, termasuk BTN Call) 4. Fitur ATM transaksi yang bisa dilakukan

No	Aspek	Keterangan
		<p>melalui ATM, misalnya: transfer, tarik tunai, pembelian dan pembayaran</p> <p>5. Benefit ATM berfungsi sebagai kartu debit</p> <p>6. Penjelasan biaya penjelasan adanya biaya transaksi di ATM jaringan, yaitu biaya penarikan tunai dan biaya cek saldo</p> <p>7. Penyelesaian mengenai biaya menginformasikan besarnya biaya² transaksi di ATM jaringan, penjelasan menggunakan <i>sales kit</i></p> <p>8. Penyelesaian mengenai uang memberikan penjelasan waktu penyelesaian, misalnya: “Kami akan menghubungi Ibu dalam 14 hari kerja setelah kami mendapat jawaban mengenai hal ini”</p>

C. Penampilan dan Kondisi Meja Kerja

No	Aspek	Keterangan
1	Pakaian	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak kumal, tidak kusut, tidak ada noda - Lengan baju/kemeja/ blazer tidak digulung - Pria : memakai dasi, kemeja lengan panjang dan celana seragam sesuai ketentuan BTN - Wanita : rok, blouse, blazer, atau berseragam sesuai ketentuan. Bila berbusana muslim, gunakan jilbab polos dengan warna senada. - Pakaian hari Jumat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pria: tidak wajib menggunakan dasi dan kemeja lengan panjang. Wanita: tidak memakai kaos atau baju yang ketat/ sexy/menerawang
2	<i>Name Tag</i>	Memakai <i>name tag</i> dengan penempatan yang benar, terbaca dan tidak terbalik. <i>Name tag CS</i> harus sesuai dengan <i>name desk</i> .
3	Tata rias wajah dan rambut wanita	<ul style="list-style-type: none"> - Hari Senin s/d Jumat : Minimal memakai bedak dan lipstik (warna tidak mencolok), jika memakai kuteks gunakan warna <i>soft</i>, rambut kering, tersisir rapi/ digulung/ dicepol/ jilbab (termasuk hari Jumat) - Jika rambut dicat, pilih warna netral

No	Aspek	Keterangan
4	Tata rias wajah dan rambut pria	Rambut pendek (tidak melebihi kerah baju) tersisir rapi, tidak brewokan/ bercambang
5	Penampilan	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak tercium bau badan - Kuku terpelihara, bersih, dan pendek - Tidak menggunakan asesoris berlebihan - Pria hanya menggunakan jam tangan dan cincin kawin - Wanita tidak memakai lebih dari 1 asesoris di 1 titik, maksimal 7 titik – telinga (2), leher/ dada, jari tangan (1 kanan dan 1 kiri), pergelangan tangan (1 kanan dan 1 kiri) - Tidak memakai sandal
6	Meja Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Bersih dan rapi, tidak berdebu - Tidak ada benda yang tidak semestinya (a.l. tas, dompet, kertas berserakan, makanan/ minuman) - Tersedia alat tulis yang berfungsi untuk digunakan nasabah - Tersedia rak brosur/ <i>take one box</i> yang terisi brosur produk - Tersedia <i>form</i> aplikasi pembukaan rekening dan <i>form</i> transaksi lainnya - Ada tanaman hidup (jika luas area meja CS memungkinkan) - Ada <i>name desk</i> yang terbaca oleh nasabah

Layanan Telepon

Sikap *Customer Service*

1. Ucapan pertama saat mengangkat telepon:

- ✓ Salam (Selamat pagi/ siang/ sore) sesuaikan waktu sapaan a.l. (pagi 07:00 s/d 10:59, siang 11:00 s/d 14:59 dan sore 15:00 s/d 18:00).
- ✓ Sebutkan nama *Customer Service*
- ✓ Menanyakan nama nasabah atau menyebutkan nama penelepon (jika sudah tahu)
- ✓ Tawarkan bantuan (jika belum tahu keperluan penelepon).

2. Selama berinteraksi dengan nasabah, gunakan nama nasabah 3 kali (awal layanan, tengah layanan, akhir layanan) .
3. Akhir layanan:
 - ✓ Tawarkan bantuan
 - ✓ Ucapkan terima kasih
 - ✓ Salam (Selamat pagi/ siang/ sore)
 - ✓ Sebut nama penelepon

Peralatan *Banking Hall*

Keberadaan papan/rak petunjuk	
- Panel kurs valas	Ada dan mudah terlihat oleh nasabah, baik dalam bentuk elektronik maupun manual
- Panel suku bunga	
- Meja untuk nulis	<ul style="list-style-type: none"> • Ada (peletakan <i>writing desk</i> sebaiknya di depan/ dekat area sebelum menuju <i>counter Teller</i>). • Jika <i>banking hall</i> terdiri dari 2 lantai, sebaiknya <i>writing desk</i> ditempatkan di lantai 1 dan lantai 2
- Rak brosur	Ada (baik di <i>writing desk</i> , meja CS, atau berbentuk <i>free stand</i> di <i>banking hall</i>)
Kondisi papan/rak petunjuk	
- Panel kurs valas	Kurs valas dan suku bunga <i>update</i> (tanggal di panel selalu <i>update</i> /diganti setiap hari), kondisinya bersih dan informatif untuk nasabah
- Panel suku bunga	
- Meja untuk nulis	Bersih dan tersedia contoh pengisian slip transaksi untuk nasabah

Adanya brosur/Slip transaksi/balpen	
- Brosur	Rak-rak brosur (<i>take one box, free stand</i>) yang ada di <i>banking hall</i> terisi brosur dan utamakan brosur-brosur program yang sedang berjalan
- Slip transaksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Slip transaksi tersedia di <i>writing desk</i> ▪ Semua laci <i>writing desk</i> harus diisi dengan slip transaksi (meskipun jenis slip transaksi yang tersedia untuk nasabah secara umum hanya 3 jenis adalah slip setoran/transfer, penarikan dan pembayaran kartu kredit). ▪ Misal di cabang transaksi terbanyak adalah setoran, maka 2 laci dapat diisi dengan slip setoran/transfer.
- Ballpen/alat tulis	<ul style="list-style-type: none"> • Di <i>writing desk</i> terdapat pulpen dengan tempat dudukan (pulpen dengan tali pegas) yang direkatkan pada <i>writing desk</i> • Tidak diperkenankan menggunakan pulpen diikat dengan tali biasa
Kondisi brosur/Slip transaksi/balpen	
- Brosur	Brosur rapi, tidak kotor , tidak kusut, dan posisi tidak terbalik
- Slip transaksi	Slip rapi, lengkap dengan rangkap yang utuh dan tersedia dalam jumlah yang cukup di <i>writing desk</i>
- Balpen	Pulpen yang dipasang berfungsi dengan normal (tinta pulpen lancar) dan mudah dijangkau oleh nasabah

Kursi tunggu tamu	
- Keberadaan	Terdapat beberapa kursi tunggu untuk nasabah di <i>banking hall</i>
- Kondisi	Bersih (tidak terdapat coretan, kotoran), rapi dan nyaman (<i>cover</i> kursi tidak sobek, lepas, kusam)
Tempat sampah	
- Keberadaan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tempat sampah yang mudah dilihat oleh nasabah, baik yang menempel di <i>writing desk</i> maupun yang terpisah (di sudut-sudut pintu masuk atau sekitar <i>writing desk</i> dan kursi tunggu nasabah) • Tempat sampah yang terpisah dari <i>writing desk</i> harus memiliki <i>cover/tutup</i> (bukan keranjang sampah yang terbuka)
- Kondisi	Bersih, tidak berbau dan dapat digunakan dengan baik (tidak ada sampah menumpuk, <i>cover/tutup</i> tempat sampah tidak macet)

Kenyamanan Ruangan *Banking Hall*

Tanaman hidup/<i>plastic</i>	
- Keberadaan Tanaman	Terdapat tanaman hijau di <i>banking hall</i> (diletakkan di sudut-sudut ruangan kosong <i>banking hall</i> dan di meja <i>CS</i> jika memungkinkan)
- Kondisi tanaman	<ul style="list-style-type: none"> • Bersih (tidak ada debu/kotoran baik di tanaman maupun potnya) • Untuk tanaman hidup harus dalam kondisi asri/segar (berwarna hijau)

Kondisi kebersihan lantai ruangan	Lantai bersih dari debu/kotoran dan kondisinya baik (tidak cacat)
Kondisi AC	AC berfungsi dengan baik sehingga ruangan <i>banking hall</i> terasa sejuk dan nyaman
Lampu	<ul style="list-style-type: none"> • Semua lampu di <i>banking hall</i> menyala, baik lampu set maupun lampu tunggal • Untuk lampu estetika (lampu yang menyorot logo BTN, dsb) dapat dinyalakan sebagian

Toilet

Keberadaan toilet	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat toilet yang dapat digunakan oleh nasabah dan merupakan toilet kelolaan cabang (bukan toilet gedung bersama) • Di <i>banking hall</i> harus ada papan petunjuk toilet
Kondisi toilet	<ul style="list-style-type: none"> • Toilet bersih dan nyaman digunakan untuk nasabah (tidak ada air menggenang, peralatan toilet lengkap sesuai jenisnya, tidak bau) sesuai dengan jenis toilet • Jenis toilet : <ol style="list-style-type: none"> a. toilet basah : terdapat ember/bak dan gayung, dan pada umumnya menggunakan kloset jongkok b. toilet kering : terdapat <i>jetspray</i> dan pada umumnya menggunakan kloset duduk, tidak terdapat ember/bak dan gayung

Air lancar	Semua air di keran yang ada di dalam toilet mengalir lancar (keran wastafel, keran ember/bak, dll)
Keberadaan peralatan toilet	
- <i>Wastafel</i>	Terdapat <i>wastafel</i> beserta kacanya di dalam atau luar toilet
- Kaca <i>wastafel</i>	
- Tissue	Terdapat tissue di dalam toilet (bukan handuk)
- Sabun	Terdapat sabun cair di dalam toilet
- Gayung (Toilet basah)	Cabang dengan toilet basah harus memiliki ember/bak yang dilengkapi dengan gayung
- Ember/Bak (Toilet basah)	
- <i>Jetspray</i> (Toilet kering)	Cabang dengan toilet kering harus memiliki memiliki <i>jetspray</i> . Jika sudah terdapat <i>jetspray</i> , tidak perlu disediakan ember dan gayung
- Tempat sampah (Toilet basah)	Untuk kenyamanan dan kebersihan toilet, tempat sampah harus memiliki <i>cover</i> /tutup
- Tempat sampah (Toilet kering)	
Kondisi peralatan-peralatan	
- <i>Wastafel</i>	<i>Wastafel</i> dan kacanya dalam kondisi bersih dan nyaman digunakan (tidak ada air menggenang, saluran <i>wastafel</i> lancar, kaca bersih dan dapat digunakan untuk bercermin)
- Kaca <i>Wastafel</i>	
- Ember/Bak (Toilet basah)	Ember/bak dan gayung dalam kondisi bersih dan nyaman digunakan (tidak kotor/berlumut, ember/bak berisi air, air yang ada di dalam ember/bak bersih)
- Gayung (Toilet basah)	
- <i>Jetspray</i> (Toilet kering)	<i>Jetspray</i> bersih dan dapat berfungsi dengan baik (tidak bocor, air mengalir lancar)
- Tempat sampah	Tempat sampah bersih dan dapat digunakan dengan nyaman (tidak ada sampah menumpuk, tidak kotor)

ATM

<p>Waktu antri</p>	<p>Dihitung sejak nasabah masuk antrian sampai nasabah sampai ke mesin ATM.</p> <p>Standar waktu antri:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ideal: langsung menggunakan mesin ATM/ tidak ada yang antri - Bagus: 5 menit - Wajar: 5 – 10 menit (atau 5 – 10 org yang antri masih di toleransi) - Terlalu lama: > 15 menit
<p>Lama pembuatan kartu ATM</p>	<p>Setelah menjelaskan <i>fitur</i> dan <i>benefit</i> kartu ATM, CS menawarkan kartu ATM instant kepada nasabah yang membuka rekening.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apabila nasabah tidak menghendaki kartu ATM instant, maka CS memberikan pilihan kartu regular ATM kepada nasabah disertai penjelasan lama pembuatan kartu (<i>SLA</i>). <i>SLA</i> ini harus sesuai dengan prakteknya • Kartu ATM instant dan regular yang sudah diterima nasabah harus dapat dipergunakan oleh nasabah (aktif) maksimal 3 jam.

Informasi jaringan dan pecahan uang	Terdapat informasi mengenai jaringan ATM dan informasi pecahan uang/denominasi di mesin/ <i>booth</i> ATM (Rp. 20 rb, Rp. 50 rb, Rp. 100rb)
Kebersihan ruangan ATM	Ruangan termasuk lantai ATM bersih dan nyaman (brosur/flyer produk Bank BTN tertata rapi, AC berfungsi dengan baik/tidak ada AC bocor)
Kebersihan mesin ATM	Mesin ATM bersih dan rapi (tidak terdapat kotoran, debu)
Kondisi tanda-tanda dalam mesin ATM	<ul style="list-style-type: none"> • Tanda/<i>signage</i> di mesin-mesin ATM berfungsi dengan baik (tombol/keypad ATM terbaca, monitor terbaca dengan jelas/tidak buram) • Terdapat informasi/pengumuman mengenai lokasi ATM Bank BTN terdekat selain ATM tersebut yang ditempel di <i>booth</i> ATM/ruangan ATM (bukan di mesin)
Tempat sampah	
- Keberadaan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tempat sampah di dalam ruangan ATM dan mudah terlihat oleh nasabah • Tempat sampah dapat berupa tempat sampah dengan tutup/<i>cover</i> atau keranjang sampah
- Kondisi	Tempat sampah bersih dan dapat digunakan dengan baik (tidak ada sampah menumpuk, <i>cover</i> /tutup tempat sampah tidak macet)

Mesin ATM berfungsi	Mesin ATM dapat dipergunakan oleh nasabah (tidak terpasang tulisan <i>Offline</i> , mesin ATM tidak mati, di layar monitor ATM tidak terdapat tampilan : ATM sementara tidak dapat dipergunakan)
Ketersediaan bukti transaksi	Struk ATM sebagai bukti transaksi selalu tersedia/tidak habis
Kondisi Lampu ATM	<ul style="list-style-type: none"> • Lampu ATM menyala saat malam hari (di atas pukul 17.30 WIB) sehingga kondisi ruangan ATM terang saat malam hari • Saat siang hari dan kondisi ruangan ATM sudah terang tanpa lampu, maka lampu ruangan ATM diperkenankan untuk tidak dinyalakan

(File Arsip Dokumen BTN.2013)

5.5. Hasil Wawancara dan Observasi Dengan Informan

Pelayanan sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Dengan kata lain suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh pemberi layanan untuk memenuhi kebutuhan orang lain atau masyarakat tentunya merupakan pelayanan yang berkualitas. Hasil wawancara peneliti dengan informan , yang dilakukan dalam bentuk percakapan atau tanya jawab langsung dapat dilihat pada tabel hasil wawancara yang terdapat di lampiran.

Peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap perusahaan serta melakukan wawancara kepada kedua informan yaitu kedua petugas *customer service* BTN pada bulan April-Juli 2014. Berdasarkan observasi serta wawancara maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. *Tangibles* (berwujud)

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan berbagai fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi yang tersedia adalah komputer yang terhubung dengan layanan internet, mesin printer, mesin faksimile, telepon, brosur, buletin, dan media online BTN. Serta disediakan *banking hall* yang dilengkapi dengan beberapa kursi untuk nasabah yang sedang menunggu antrian, televisi, mesin nomor urut antrian, toilet serta fasilitas didalamnya bersih, serta tempat parkir yang luas tak luput adanya kamera *CCTV*. Setelah mendapatkan hasil wawancara dari kedua informan peneliti pun melakukan pengamatan langsung di BTN. Setelah melakukan observasi maka dapat disimpulkan bahwa

hasil wawancara dari kedua informan yang diperoleh sudah sesuai dengan kenyataan yang peneliti amati dilapangan.

2. *Realibility* (keandalan)

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan bahwa keandalan mereka adalah kemampuan sewaktu melayani nasabah, mereka senantiasa memperhatikan kecepatan proses layanan dengan baik, teliti dan hati-hati serta berusaha tidak bertele-tele. Sehingga mereka berusaha disiplin dalam bekerja, sesuai dengan prosedur. Keandalan yang mereka berikan pada proses pelayanan dapat diandalkan dikarenakan mereka mempunyai bekal *product knowledge* dan keterampilan serta *SOP* sebagai petugas *customer service*.

Namun kenyataannya dilapangan peneliti menemukan kurangnya beberapa keandalan yang menjadi kendala dari petugas *customer service* yaitu pada saat jam istirahat makan siang. Terlihat hanya satu orang petugas *customer service* yang melayani para nasabah. Akibatnya proses pelayanan yang seharusnya dapat cepat diberikan menjadi terhambat, hal tersebut dapat dilihat dari adanya nasabah yang masih menunggu. Hal lainnya adalah *customer service* menerima telepon dari nasabah padahal sedang melakukan pelayanan kepada nasabah yang ada dihadapannya.

3. Responsiveness (ketanggapan)

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan bahwa ketanggapan yang mereka berikan pada saat melakukan pelayanan adalah meresponi dengan bersikap sopan, ramah dan tenang terhadap semua *customer* tanpa terkecuali. Melayani *customer* dengan sepenuh hati disertai dengan ketulusan, jujur, ikhlas dan sungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan, membantu sesuai jadwal dan prosedur, apabila tidak bisa menyelesaikannya tidak malu untuk bertanya kepada teman atau atasan. Tetapi salah satu dari informan mengatakan terkadang apabila *mood* kurang bagus kadang terlanjur lupa diri jadi agak kurang *profesional* dalam pekerjaan tapi dengan segera cepat melupakannya dan berusaha lebih sabar lagi. Memang pada kenyataannya peneliti pernah melihat salah satu petugas *customer service* menghampiri meja pelayanan *customer service* lainnya kemudian peneliti pun menanyakan hal tersebut dan akhirnya mengetahui bahwa mereka saling memberitahu cara penyelesaiannya pelayanan sesuai kebutuhan.

4. Confidence (keyakinan)

Menurut hasil wawancara dari kedua informan bahwa dalam diri mereka sendiri yakin (percaya diri) pada saat melakukan pelayanan kepada para nasabah. Hal tersebut dikarenakan kedua informan sudah dibekali dengan *product knowledge*, keterampilan serta *SOP* sebagai petugas *customer service* dengan demikian tentunya akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dari nasabah. Selain itu pada saat bertransaksi dengan nasabah mereka memberitahu kepada para nasabah bahwa adanya keamanan kepastian hukum dan pihak BTN pun memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi seperti menjaga kerahasiaan informasi data

nasabah, terutama yang berkaitan dengan nomor pin dan jumlah dana maupun pribadi nasabah selain itu juga memberikan jaminan tuntutan hukum bila terjadi kesalahan prosedur. Sebagai bentuk fisik untuk menambah keyakinan dihati nasabah maka pihak BTN memasang beberapa kamera *CCTV* serta beberapa satpam yang berada di area kantor BTN. Berdasarkan upaya-upaya yang telah diberikan dan disediakan oleh petugas *customer service* dan pihak BTN diharapkan akan memperoleh kepercayaan dan menimbulkan keyakinan bagi nasabah. Setelah mendapatkan hasil wawancara dari kedua informan peneliti pun melakukan pengamatan langsung di BTN. Setelah melakukan observasi peneliti memperoleh kebenaran adanya kamera *CCTV* dan beberapa satpam di area BTN. Disimpulkan bahwa hasil wawancara dari kedua informan yang diperoleh sudah sesuai dengan kenyataan yang peneliti amati dilapangan.

5. *Empathy* (empati).

Berdasarkan hasil wawancara banyak cara agar kualitas pelayanan *emphaty* dapat dirasakan juga dilihat oleh para nasabah yang akan diberikan pelayanan. dari salah satu *customer service* menyatakan bahwa *emphaty* merupakan faktor utama yang harus dimiliki yang menjadi tuntutan dari perusahaan. Sebagai wujudnya dengan keberadaan petugas *customer service* yang selalu ada dan siap membantu nasabah dimeja pelayanannya. Sejak awal sampai dengan akhir pelayanan secara tidak disadari oleh nasabah mereka selalu berusaha menunjukkannya. Menunjukkannya dengan sikap dan perilaku, penampilan, cara berbicara, gerak-gerik maupun cara mereka bertanya pun dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa yang nantinya dapat menimbulkan *emphaty* di hati dan mata para nasabah. *Customer*

service akan berusaha menghindari berdebat dengan nasabah, menahan amarah, selalu mendengarkan baik-baik apa yang disampaikan oleh nasabah dengan tidak memotong pembicaraan juga selalu menjaga sikap sopan dan ramah. Perhatian penuh dan fokus tertuju kepada nasabah yang sedang dilayani. Serta adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya. Sedangkan untuk bukti nyatanya terkadang pihak BTN memberikan ucapan selamat ulangtahun ataupun menjadi sponsor dalam event-event tertentu dengan memberikan sovenir yang berlogo BTN.

5.6. Analisis Hasil Wawancara dan Observasi Dengan Informan

Analisis hasil wawancara dengan informan berdasarkan hasil wawancara langsung dengan *customer service* di BTN dan hasil observasi serta dokumen-dokumen yang ada yang berkaitan dengan penelitian pada bulan April-Juli 2014. Penelitian ini menggunakan lima faktor ukuran kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan citra positif di BTN yang terdiri dari *tangible* (berwujud), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *confidence* (keyakinan) dan *empathy* (empati) adalah sebagai berikut:

1. Tangibles (berwujud)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *tangible* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *tangibles* merupakan berwujudnya dari BTN yaitu berupa fasilitas fisik, perlengkapan, personel dan sarana komunikasi. Semakin mendukung kondisi fisik suatu jenis usaha maka tingkat kualitas pelayanan akan meningkat. Pelayanan yang dimaksud disini adalah petugas

pelayanan yaitu *customer service*. Hal ini terjadi karena *customer service* merasa bahwa pelayanan yang mereka berikan akan turut mempermudah dan memperlancar pekerjaan mereka untuk melayani nasabah dengan tersedianya hal-hal tersebut. Sebab akan turut meningkatkan citra positif dimata publik.

Hal ini pun telah diungkapkan dari hasil wawancara bahwa fasilitas fisik yang telah disediakan oleh BTN adalah untuk kebutuhan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sudah sesuai dengan kebutuhan mereka. Bahkan salah satu dari *customer service* menyatakan puas akan fasilitas fisik yang BTN berikan khususnya untuk bidang pelayanan *customer service*. Tidak luput BTN juga secara umum pastinya menyediakan fasilitas fisik untuk masyarakat. Hal ini dapat dilihat secara langsung pada saat peneliti melakukan observasi. Fasilitas fisik dari BTN adalah berupa gedung kantor yang letaknya strategis dan cukup luas dilengkapi dengan halaman parkir yang cukup baik dan cukup luas sehingga nasabah tidak perlu susah mencari lokasi untuk memarkirkan kendaraan. Kemudian ketika memasuki gedung BTN maka akan nampak langsung *banking hall* yang cukup luas dan sejuk dengan adanya *ac* yang telah disediakan. Adanya beberapa tempat duduk yang telah disediakan untuk nasabah yang menunggu antrian, dan juga beberapa rak-rak brosur yang dapat dibaca oleh nasabah untuk menghilangkan rasa jenuh. Tidak hanya itu dengan adanya televisi pun akan turut membantu menghilangkan rasa bosan bagi nasabah yang sedang menunggu no antrian pelayanan. Serta adanya papan informasi kurs nilai uang asing guna memberikan informasi bagi nasabah.

Terlihat dua orang *customer service* yang sedang melakukan pelayanan dan beberapa orang nasabah yang sedang duduk menunggu antrian. Berdasarkan hal-hal tersebut maka ukuran kualitas *tangible* sudah sesuai dengan teori dan dapat dibuktikan langsung kebenarannya dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Dapat disimpulkan bahwa dengan ukuran kualitas *tangible* ini bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap nasabah.

2. *Realibility* (keandalan)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *realibility* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Semakin mendukung keandalan suatu pelayanan maka tingkat kualitas pelayanan secara tidak langsung akan meningkatkan citra positif serta salah satu faktor dalam memperoleh kualitas pelayanan maka yang perlu untuk diperhatikan adalah ketepatan waktu pelayanan.

Kaitannya dengan ukuran kualitas *realibility* yang dilakukan oleh petugas *customer service* BTN untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah melalui kedisiplinan dalam bekerja dan sesuai dengan prosedur. Dengan demikian layanan yang diberikan pada setiap jenis pelayanan dapat terselesaikan dengan segera guna menekan rasa ketidakpuasan nasabah. Dengan bekal kemampuan pengetahuan (*product knowledge*) dan keterampilan yang dimiliki oleh *customer service* pun menjadi dasar keakuratan mereka dalam memberikan pelayanan. Sehingga dengan hal-hal tersebut pada saat memberikan pelayanan dapat

diandalkan karena dengan semakin cepat dan akurat pelayanan yang diberikan, maka akan terlihat keandalan pelayanan yang dilakukan oleh *customer service*.

Berdasarkan hasil observasi terlihat hanya satu orang petugas *customer service* yang melakukan pelayanan pada saat pergantian jam istirahat makan siang. Akibatnya proses pelayanan yang seharusnya dapat berjalan dengan normal menjadi terhambat dikarenakan hanya satu orang *customer service* saja yang melayani. Berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara yang lainnya adalah *customer service* menerima telepon dari nasabah pada saat melakukan pelayanan kepada nasabah yang ada di meja pelayanannya dan pada saat melakukan pelayanan tiba-tiba atasan memanggil karena ada suatu keperluan. Berdasarkan teori ukuran kualitas *reability* belum sesuai dengan hasil wawancara dan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

3. Responsiveness (ketanggapan)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *responsiveness* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. Berkaitan dengan respon yang termasuk dalam faktor kualitas pelayanan disini yang dimaksud adalah dalam hal penyelesaian urusan pelayanan kepada nasabah. Dari kedua informan yang penulis wawancarai, mereka cukup percaya diri untuk membantu para nasabah dalam memberikan pelayanan dengan tanggap dikarenakan mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup memadai terhadap produk- produk maupun *profile* perusahaan.

Sehingga dengan demikian mereka akan tanggap dalam membantu para nasabah untuk memberikan bantuan dalam proses pelayanan. Mereka meresponi dengan tetap bersikap sopan, ramah dan tenang terhadap semua *customer* tanpa terkecuali. Melayani dengan sesuai yang menjadi keluhan dari *customer* dengan sepenuh hati disertai dengan ketulusan, jujur, ikhlas dan sungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan. Membantu sesuai jadwal dan prosedur, apabila tidak dapat menyelesaikan mereka pun tidak malu untuk meminta bantuan kepada teman sekerjanya. Pekerjaan mereka menuntut mereka harus dapat bersikap sopan dan ramah terhadap semua *customer*, melayani dengan sepenuh hati. Satu sama lain saling mengingatkan jikalau salah satu dari mereka mulai tidak dapat mengendalikan diri, karena *mood* yang kurang baik.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi maka ukuran kualitas *responsiveness* sudah sesuai dengan teori bahwa setiap *customer service* BTN harus bersedia memberikan bantuan kepada nasabah dengan tulus dan terbuka, bukan karena kewajiban tapi ketulusan membantu harus menjadi budaya kerja yang melekat pada diri mereka.

4. *Confidence* (keyakinan)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *confidence* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dari kedua informan yang penulis wawancarai mereka mengatakan banyak cara agar dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada nasabah. Setiap *customer service* dibekali oleh pengetahuan akan produk-produk dan *profile* perusahaan disertai dengan keterampilan dengan maksud pada saat melakukan pelayanan dapat dilakukan secara *profesional*. Berdasarkan bekal

tersebut pada saat melayani maka dalam diri mereka akan muncul rasa percaya diri dan yakin dalam memberikan pelayanan, sehingga dihadapan nasabah mereka terlihat menguasai pekerjaan mereka. Cara lainnya adalah mereka pun tetap bertindak sopan dan hati-hati walau sudah memiliki *product knowledge* dan keterampilan pada saat mereka melakukan pelayanan. Jika ada hal yang diluar kemampuan mereka, maka mereka akan menyerahkannya kepada atasan yang akan meberikan pengarahan ataupun petunjuk teknis. Serta cara lainnya lagi adalah dengan adanya keamanan kepastian hukum dari pihak perusahaan dan *customer service* memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi yaitu berupa menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan nomor pin dan uang maupun data pribadi nasabah karena dengan menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank juga memberikan jaminan tuntutan hukum bila terjadi kesalahan prosedur.

Selain hal-hal diatas sebagai bukti nyata yang dilakukan oleh BTN dengan maksud akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada nasabah yaitu dengan memasang kamera *CCTV* di area kantor BTN sehingga segala aktivitas atau kegiatan yang dilakukan selama berada di area BTN selalu dapat diamati oleh adanya fasilitas kamera *CCTV* tersebut, serta adanya beberapa petugas satpam di area sekitar BTN baik di luar ruangan maupun didalam ruangan. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi maka ukuran kualitas *confidence* sudah sesuai dengan teori bahwa dengan berbagai upaya-upaya yang telah dilakukan oleh BTN akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada *customer service* dan nasabah.

5. *Empathy* (empati)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *empathy* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. *Empathy* merupakan kemudahan dalam komunikasi yang baik, syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan. Semakin tinggi *empathy* yang diperlihatkan, maka kualitas pelayanan *customer service* pun diharapkan dapat dirasakan oleh nasabah. Hal ini terjadi karena dengan adanya *empathy* maka nasabah akan merasakan seolah-olah *customer service* mengerti dan memahami apa yang sedang diutarakan oleh nasabah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu *customer service* menyatakan bahwa *empathy* merupakan faktor utama yang harus dimiliki yang menjadi tuntutan dari perusahaan. Salah satu wujud yang dapat dilihat langsung oleh nasabah dari kualitas pelayanan *empathy* yang dilakukan oleh *customer service* adalah dengan keberadaan mereka yang selalu ada dan siap membantu nasabah dimeja pelayanannya. Banyak cara agar kualitas pelayanan *empathy* dapat dirasakan juga dilihat oleh para nasabah yang akan diberikan pelayanan. Sejak awal sampai dengan akhir pelayanan secara tidak disadari oleh nasabah mereka selalu berusaha menunjukkannya. Menunjukkannya dengan sikap dan perilaku, penampilan, cara berbicara, gerak-gerik maupun cara mereka bertanya pun dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa yang nantinya dapat menimbulkan *empathy* di hati dan mata para nasabah. *Customer service* akan berusaha menghindari berdebat dengan nasabah, menahan amarah, selalu mendengarkan baik-baik apa yang disampaikan oleh nasabah dengan tidak memotong pembicaraan juga selalu

menjaga sikap sopan dan ramah. Perhatian penuh dan fokus tertuju kepada nasabah yang sedang dilayani. Serta adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membeda-bedakan status sosialnya.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara untuk bukti nyata dari *emphaty* terkadang pihak BTN memberikan ucapan selamat ulangtahun ataupun menjadi sponsor dalam event-event tertentu dengan memberikan sovenir yang berlogo BTN. Berdasarkan hasil wawancara mengenai kualitas pelayanan *emphaty* diperoleh kesesuaian berdasarkan penjelasan secara teori bahwa kualitas pelayanan *emphaty* memiliki peran yang cukup penting pada saat *customer service* melakukan pelayanan kepada nasabah.

5.7. Pembahasan Analisis Kualitas Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada BTN Kantor Cabang Bandarlampung

Penulis mengangkat penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Citra Positif (Studi Pada BTN Kantor Cabang Bandar Lampung). Dimana dalam hal ini penulis ingin melihat bagaimana kualitas pelayanan *customer service* saat melayani *customer* yang hendak menggunakan jasa petugas pelayanan *customer service* di BTN Kantor Cabang Bandar Lampung. Dalam hal ini penulis memfokuskan penelitian kepada dua orang informan yaitu dua orang *customer service* yang dimiliki oleh BTN Kantor Cabang Bandar Lampung.

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan teori komunikasi antar persona (antar pribadi) yang telah terbukti, dalam teori ini dijelaskan bahwa adanya

komunikasi yang berlangsung antara seseorang dalam penyampaian pesan dengan orang lain dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy, 2003:30). Komunikasi antar persona (antar pribadi) merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.

Kaitannya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut : kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* BTN selaku komunikator kepada *customer*, bagaimana kinerja serta komunikasi mereka dalam melayani *customer* sebagai pengguna jasa, dimulai pada saat pertama *customer* tersebut datang ke BTN hingga proses pelayanan jasa tersebut selesai. *Customer service* diharapkan menjadi ujung tombak dari keberhasilan perusahaan agar terciptanya citra positif dikalangan masyarakat dalam hal ini pelanggan bisnis. Disitu penulis melihat bahwa *customer service* memberikan pelayanan informasinya lewat komunikasi antar persona yang dilakukan antar petugas *customer service* dengan nasabah yang datang ke meja bidang pelayanan *customer service*, yang mana komunikasi dilakukan secara langsung antara *customer service* dengan nasabah (*customer*). Percakapan dilakukan secara tatap muka. Komunikasi ini juga lebih bersifat pribadi dalam arti pesan atau informasi yang disampaikan hanya ditujukan untuk kepentingan pribadi para pelaku komunikasi yang terlibat.

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan

secara maksimal. Selanjutnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Pelayanan adalah suatu usaha melayani kebutuhan orang lain (Moenir HAS,2002 : 27). Pelayanan selalu berkaitan dengan produk barang dan jasa, dan juga berkaitan dengan pelanggan sebagai masyarakat pengguna. Tentu saja pelayanan yang diberikan memiliki kualitas atau mutu pelayanan.

Secara khusus pihak BTN Kantor Cabang Bandar Lampung menyediakan dua orang *customer service* yang berkewajiban untuk melayani nasabah yang datang untuk menggunakan jasa baik menyampaikan informasi maupun menyelesaikan permasalahan serta memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Jadi intinya, *customer service* melayani segala keperluan pelanggan secara memuaskan. *Customer service* yang baik adalah *customer service* yang mampu memahami keinginan pelanggan dan dapat memberikan nilai tambah di mata pelanggan. Untuk mencapai hal tersebut tidaklah mudah, pihak perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan *customer service*.

Agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap *customer service* dibekali dengan berbagai pengetahuan (*product knowledge*) terutama tentang produk-produk yang diberikan serta *profile* perusahaan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Sesuai dengan judul yang diangkat oleh penulis, *customer service* pada BTN memiliki kualitas pelayanan yang berkualitas sesuai dengan teori Valerie A.Zeithaml serta berdasarkan hasil observasi dan wawancara.

Ukuran kualitas pelayanan tersebut terdapat lima ukuran kualitas pelayanan yaitu *tangibles, realibility, responsiveness, confidence dan empathy*.

Dalam pembahasan mengenai ukuran kualitas pelayanan berdasarkan teori, observasi dan wawancara penulis terhadap *customer service* BTN akan diawali dari konsep bahwa kemampuan *customer service* adalah suatu keadaan yang menunjukkan pengetahuan, kemampuan dan kemauan dari *customer service* untuk melaksanakan tugas dalam rangka memperlancar tujuan bersama. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kemampuan *customer service* yang semakin tinggi maka akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yaitu akan semakin baik.

Adapun hasil penelitian berupa wawancara dan observasi terhadap kedua informan dapat diketahui adanya keseragaman jawaban para informan yaitu, BTN telah melakukan berbagai upaya dan kinerja yang baik. Hal tersebut dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang mereka berikan, meliputi lima hal (1) *Tangibles* (berwujud), yaitu penilaian terhadap layak atau tidaknya suatu gedung yang digunakan sebagai tempat pelayanan jasa. Jika keadaan lingkungan disekitar karyawan kurang baik maka hal tersebut akan membuat karyawan tidak dapat melaksanakan segala pekerjaan secara optimal. Setiap badan usaha berusaha untuk menciptakan tampilan fisik yang baik dimata *customernya*, karena kesan *customer* terhadap suatu perusahaan akan mempunyai pengaruh yang penting bagi perusahaan tersebut. Dengan adanya penampilan fisik yang baik maka perusahaan tersebut mampu menarik lebih banyak *customer*, menurut kedua informan mengatakan juga bahwa kelengkapan fasilitas merupakan hal yang mendukung dalam menciptakan kelancaran proses pelayanan.

Menurut hasil pengamatan penulis selama melakukan observasi, fasilitas yang ada pada BTN dapat dikatakan lengkap, mulai dari fasilitas parkir yang luas, *banking hall* (ruang tunggu) yang sejuk dengan adanya *ac* berikut lengkap dengan peralatan modern seperti televisi, komputer, mesin *fotocopy*, mesin *faksimile*, mesin nomor antrian, mesin *ATM* serta sarana komunikasi telepon yang disediakan baik bagi karyawan dan nasabah, (2) *Realibility (keandalan)*, yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini dapat terlihat dari kinerja mereka pada saat memberikan pelayanan yang dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan prosedur dan kebutuhan nasabah. Serta dengan keandalan yang mereka miliki, yaitu bekal pengetahuan serta *product knowledge* dan keterampilan yang mereka sudah kuasai sehingga nasabah mendapatkan kepuasan diakhir pelayanan, namun hal tersebut tidak sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti dikarenakan ada beberapa kendala pada saat *customer service* melakukan pelayanan, (3) *Responsiveness (ketanggapan)*, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. Dari kedua informan yang penulis wawancarai, mereka mengatakan pekerjaan mereka menuntut mereka harus dapat bersikap sopan dan ramah terhadap semua *customer*, serta melayani dengan sepenuh hati. Satu sama lain saling mengingatkan jikalau salah satu dari mereka mulai tidak dapat mengendalikan diri, karena *mood* yang kurang baik, (4) *Confidence (keyakinan)*, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau *assurance*. Dari kedua informan yang penulis wawancarai, mereka mengatakan bahwa bekal pengetahuan dan keterampilan akan mampu memberikan keyakinan

dihati para nasabah. Dimana setiap melakukan pelayanan dilakukan berdasarkan keamanan kepastian hukum dan mereka memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya mereka harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan nomor pin dan uang maupun pribadi nasabah karena dengan menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank. Selain itu dapat memberikan jaminan tuntutan hukum bila terjadi kesalahan prosedur. Jadi sekiranya dengan itu semua nasabah akan percaya dan yakin. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi hal-hal lain yang dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada nasabah yaitu dengan tersedianya fasilitas kamera *CCTV* dan beberapa petugas satpam yang selalu ada di area BTN, (5) *Emphaty* (empati) dari kedua informan yang penulis wawancarai, mereka mengatakan berbagai cara dilakukan untuk menunjukkannya dikarenakan empati merupakan faktor utama dalam setiap memberikan pelayanan kepada nasabah. Salah satu contoh empati yang dapat ditunjukkan adalah kemudahan nasabah untuk menemui *customer service* yang selalu *standby* di meja pelayanan. Dengan keberadaan mereka di meja pelayanan menunjukkan suatu sikap dan rasa empati dari *customer service* untuk mau melayani nasabah dengan sepenuh hati. Berbagai cara yang diupayakan agar empati ini dapat benar-benar dirasakan bahkan terlihat dengan sikap dan perilaku, penampilan, cara berbicara, gerak-gerik maupun cara mereka berkomunikasi pada saat melayani nasabah yang diatur sedemikian rupa sesuai etika pelayanan dan dasar-dasar pelayanan sehingga menimbulkan empati pada saat melayani nasabah. Selain itu berdasarkan hasil wawancara untuk bukti nyata dari *emphaty* terkadang pihak BTN memberikan

ucapan selamat ulangtahun ataupun menjadi sponsor dalam event-event tertentu dengan memberikan sovenir yang berlogo BTN.

Dalam melayani nasabah, *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standart pelayanan *customer service*. Namun, dalam melayani nasabah pada BTN ini petugas *customer service* menghadapi kendala. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas pelayanan *customer service* sudah berjalan sesuai dengan teori dan hasil wawancara serta hasil observasi, tetapi masih ada beberapa faktor penghambat yang peneliti temukan. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi terhadap petugas *customer service* ketika sedang melayani nasabah ditemukan beberapa kendala atau hambatan yang dihadapi oleh *customer service*.

Hambatan atau kendala tersebut berdasarkan hasil observasi terdengar suara dering telepon yang membuat *customer service* berhenti sejenak melayani nasabah, untuk kemudian mengangkat telepon tersebut selanjutnya peneliti menanyakan kepada petugas *customer service* mengenai telepon tersebut. Ternyata telepon tersebut dari nasabah yang ingin mengetahui jumlah saldo terakhirnya. Maka untuk mengatasi hambatan tersebut petugas *customer service* pun terpaksa berhenti melayani nasabah yang ada sedang dilayani dan dan meminta ijin kepada nasabah tersebut untuk mengangkat telepon sebentar. Hambatan lain berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi yang dihadapi oleh *customer service* pada saat sedang melayani nasabah adalah tiba-tiba atasan memanggil karena ada suatu keperluan. Solusi untuk menghadapi hambatan tersebut biasanya atasan bersedia menunggu sampai petugas *customer service* selesai melayani nasabah. Setelah selesai melayani nasabah, kemudian petugas

customer service menemui atasan, dengan menutup meja pelayanan *customer service* dengan cara memasang papan pemberitahuan bertuliskan “*closed*”. Namun biasanya hal ini tidak akan berlangsung lama seorang petugas *customer service* meninggalkan meja pelayanannya.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan *SOP* yang dimiliki dan diterapkan oleh tiap *customer service* dengan teori komunikasi serta ukuran kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* merupakan unsur-unsur yang saling berkaitan sehingga dapat meningkatkan citra positif. Kualitas pelayanan yang diberikan menyangkut citra dari perusahaan itu sendiri, dalam hal ini BTN melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Disini citra positif yang berbicara, citra perusahaan merupakan *fragile commodity* (komoditas yang mudah rapuh atau rusak) bagaimana pelayanan yang diberikan oleh *customer service* kepada semua *customer* yang menggunakan jasa mereka. Sehingga dengan kualitas pelayanan tersebut secara tidak langsung maka kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan citra positif akan tercapai.

Adapun untuk mencapai citra positif tersebut *customer service* dan pihak BTN selalu berupaya membentuk citra positif perusahaan dimata publiknya. Beberapa hal yang merupakan realnya sebuah citra positif yang telah dilakukan oleh BTN yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pihak luar, yaitu (1) penampilan dari luar dan dari dalam BTN Kantor Cabang Bandar Lampung, (2) fasilitas yang lengkap, (3) kualitas pelayanan *customer service* yang baik, (4) kemudahan dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat, (5) Serta menciptakan

suasana yang akrab dan harmonis antara perusahaan dan masyarakat, sehingga mereka merasa dihargai (Herimanto, 2005) .

5.8. Pembahasan Kegunaan Penelitian

5.8.1. Pembahasan Kegunaan Penelitian Secara Teoritis

A. Sebagai bahan referensi

B. Kualitas pelayanan yang dilakukan *customer service* kepada para nasabah dalam meningkatkan citra positif sudah berjalan dengan baik yang meliputi 5 (lima) kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (berwujud), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *confidence* (keyakinan) dan *empathy* (empati).

5.8.2. Pembahasan Kegunaan Penelitian Secara Teoritis

Sementara secara praktis penelitian ini dapat memperlihatkan kualitas pelayanan yang dijalankan oleh *customer service* BTN dalam melakukan pelayanan kepada para nasabah dalam meningkatkan citra positif. Ukuran kualitas pelayanan tersebut wajib dimiliki agar turut menunjang proses pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dan semua unsur yang terkait didalamnya yang dapat meningkatkan citra positif.