

# **FUNGSI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH PENABUNG DI PT.BANK DANAMON INDONESIA CABANG SUDIRMAN SAMARINDA**

**DIO PRAYOGA**

## ***Abstrak***

*Dio Prayoga. Fungsi Komunikasi Antarpribadi Customer Service dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung di Bank Danamon Indonesia Kantor Cabang Sudirman Samarinda. Dibimbing oleh Pembimbing I Drs.Muhammad Noor, M.Si dan Pembimbing II Inda Fitryarini,S.Sos., M.Si*

*Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi fungsi komunikasi antarpribadi customer service yaitu dalam hal menjalin relasi, mempengaruhi sikap dan perilaku, menghibur atau menenangkan orang lain dan membantu orang lain dalam hal ini nasabah penabung di Bank Danamon Indonesia Kantor Cabang Sudirman Samarinda.*

*Penelitian ini dilakukan terhadap Bank Danamon Indonesia Kantor Cabang Sudirman Samarinda dan proses pengumpulan data dalam pengumpulan ini adalah melalui metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan hasil wawancara dengan para pengelola dan data-data lainnya yang kemudian menganalisisnya dengan teori. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif dimana data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lokasi penelitian, selanjutnya dianalisa dan kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut, yaitu berupa data yang ditemukan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.*

*Hasil penelitian yang dilakukan di Bank Danamon Indonesia Samarinda ini mengenai fungsi komunikasi antarpribadi customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar dari mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service Bank Danamon Indonesia ,Cara customer service dalam menangani permasalahan nasabah sudah sesuai dengan fungsi komunikasi antarpribadi sebagaimana mestinya , walaupun masih ada beberapa keluhan dari para nasabah akan tetapi customer service dalam hal ini sudah menerapkan standar yang berlaku di Bank Danamon Indonesia Samarinda. Sehingga dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tidak beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank Danamon Indonesia cabang Samarinda.*

**Kata Kunci:** komunikasi, antarpribadi, customer service, kepuasan, nasabah

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Dio.yoga25@gmail.com

## ***Pendahuluan***

### ***Latar Belakang Masalah***

Pada dasarnya hakekat yang terkandung dalam komunikasi adalah adanya kesamaan makna dan kesamaan pengertian diantara individu-individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi bukan hanya sekadar penyampaian keterangan-keterangan dari seseorang kepada orang lain. Tetapi juga sebagai sarana bagi pengkoordinasian dari segala aktifitas yang berlangsung dalam suatu perusahaan. Fungsi komunikasi dalam perusahaan sangatlah penting, karena tidak mungkin suatu perusahaan berjalan baik dalam mencapai tujuannya tanpa adanya komunikasi yang baik dan harmonis.

Komunikasi yang tepat bukan hanya komunikasi yang melibatkan komunikator dan komunikan sebagai pemberi dan penerima pesan, namun juga bagaimana seorang komunikan dapat menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta bagaimana seorang komunikator dapat menyampaikan pesan yang dimengerti oleh komunikan. Seperti dikemukakan oleh Thomas M. Scheidel bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan.

Begitu pentingnya sebuah komunikasi mendorong setiap pengusaha untuk dapat meraih sukses dan merebut pangsa pasar yang seluas-luasnya dengan menutupi jurang yang terbentang antara pihak pengusaha dengan masyarakat sebagai publiknya guna membina hubungan yang lebih baik. Khusus di bidang perbankan, persaingan antar bank ini semakin marak ditandai dengan banyaknya bermunculan bank-bank, baik bank nasional maupun bank asing yang berusaha memberikan pelayanan di bidang keuangan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu bila bank ingin tetap bertahan di era globalisasi ini, maka dunia perbankan harus mampu tampil professional, sehat dan punya daya saing kuat.

Bank yang dalam kamus “Bahasa Indonesia ” berarti tempat menyimpan uang dimana bank merupakan sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat . Maka inti dari usaha dunia perbankan adalah masyarakat (nasabah). Karenanya sebuah bank dikatakan kuat apabila memiliki kepercayaan dari masyarakat. namun sekuat apapun bank yang dimaksud, jika masyarakat (nasabah) kehilangan kepercayaan, bank apapun namanya dan dimana pun tempatnya di dunia serta siapapun pemiliknya tidak akan dapat bertahan hidup. Dalam hal ini bank juga harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan nasabah-nasabahnya dan berusaha memuaskan mereka.

Selain itu juga bank harus pula membina hubungan baik yang dinamis dan harmonis selain itu juga diperlukan komunikasi yang efektif. Dan untuk bisa berkomunikasi dengan efektif, selain melalui publikasi lewat media massa, salah satu caranya adalah dengan membentuk “Customer Service” yang dapat menjadi jembatan untuk mempererat hubungan dengan pihak luar perusahaan (publik atau nasabah) demi terciptanya hubungan yang baik yang menguntungkan perusahaan.

Customer Service (pelayanan pelanggan) adalah kualitas perlakuan yang diterima oleh pelanggan selama berlangsungnya kontrak bisnis dengan perusahaan, dan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah tersebut.

Kegesitan, keramahan, dan sikap profesionalisme dalam menangani nasabah, merupakan kunci sukses bagi seorang customer service, disamping banyak hal lainnya yang mendukung.

Maka jelas bahwa kebutuhan akan customer service pada suatu perusahaan atau instansi, khususnya perusahaan jasa yang bergerak dibidang perbankan sangatlah mutlak diperlukan. Karena seorang customer service berperan sebagai media komunikator antara nasabah dengan pihak perusahaan, yang meliputi keluhan, keinginan, dan kebutuhan akan informasi.

Customer service juga harus tanggap terhadap permasalahan atas keluhan para nasabahnya, beberapa permasalahan yang sering menimpa nasabah Bank Danamon antara lain ATM yang tertelan di mesin ATM, kartu ATM terblokir karena salah PIN, nasabah yang menarik uang di ATM tetapi uangnya tidak keluar,seringnya nasabah kehilangan buku tabungan, complain asuransi kartu kredit nasabah, complain asuransi Bank dan berbagai masalah lainnya. Sehingga dalam hal ini customer service harus tanggap dan cepat dalam mengatasi setiap keluhan nasabah, dengan memberikan berbagai keterangan-keterangan yang dibutuhkan oleh para nasabah tersebut, hal itu merupakan salah satu tindakan dalam menjaga hubungan yang baik kepada para nasabah di Bank Danamon.

Memang tidak mudah untuk meyakinkan dan memulihkan situasi panik nasabah di Bank Danamon, apalagi dengan jumlah nasabah yang tidak sedikit, untuk itu kesabaran yang besar harus dimiliki oleh customer service dalam menghadapi para nasabah tersebut. Penanganan keluhan nasabah yang dilakukan oleh pihak customer service di Bank Danamon merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam menjaga hubungan yang baik kepada para nasabahnya.

Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, customer service berusaha agar menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Dimana unsur persuasif sedang berlangsung ketika seorang customer service mendekati diri dan meyakinkan konsumen agar tertarik menjadi nasabah Bank Danamon.

Adapun komunikasi yang dilakukan antara customer service dengan nasabah adalah komunikasi antarpribadi yang bersifat langsung melalui tatap muka. Hal ini disebabkan customer service berkomunikasi dengan konsumen secara langsung berhadapan-hadapan dan dalam bentuk percakapan.

Sesuai dengan fungsi dari komunikasi antarpribadi, Seorang *customer service* harus mempunyai kualitas dalam hal menjalin relasi dengan nasabah, mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah, membantu segala hal yang diperlukan

nasabah, dan membangun kepercayaan nasabah sehingga dapat terjaga hubungan timbal-balik yang harmonis antara nasabah dan bank.

Guna mempertajam pokok permasalahan dari kegiatan penelitian yang dilakukan berdasarkan perolehan data dijelaskan bahwasanya peneliti memilih Bank Danamon sebagai lokasi penelitian karena Bank Danamon dinilai sebagai bank yang cukup eksis, dan dipercaya mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah (pelanggan).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk membahas mengenai “Fungsi komunikasi Antarpribadi customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung di PT. Bank Danamon Indonesia di Samarinda”..

### ***Rumusan masalah***

“Bagaimana fungsi komunikasi antarpribadi customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung di PT. Bank Danamon Indonesia di Samarinda”.

### ***Tujuan Penelitian***

Untuk menjelaskan bagaimana fungsi komunikasi antarpribadi customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung di PT. Bank Danamon Indonesia di Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

Kegunaan Teoritis :

Secara teoritis untuk menerapkan ilmu yang diterima peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNMUL, serta menambah cakrawala dan wawasan peneliti mengenai fungsi komunikasi customer servis dalam suatu perusahaan dalam hal ini adalah PT. Bank Danamon di Samarinda.

Kegunaan Praktis :

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Perusahaan tempat penelitian dilakukan yaitu PT. Bank Danamon di Samarinda.

### ***Teori dan Konsep***

#### ***Pengertian Komunikasi***

Komunikasi adalah hubungan antara sesama manusia, baik sebagai individu maupun dalam kehidupan berkelompok. Komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan ataupun pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang ada di dalamnya guna mencapai kesamaan makna. Tindakan ini dapat dilakukan dalam berbagai konteks, yaitu dalam konteks antarpribadi, kelompok, massa maupun dalam lingkungan organisasi. Disadari atau tidak, tindakan komunikasi sudah dilakukan manusia sepanjang abad. Oleh karena itu, komunikasi sangat erat dengan kehidupan manusia.

### ***Komunikasi Antarpribadi***

Devito mendefinisikan komunikasi antarpribadi yaitu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

### ***Fungsi Komunikasi Antarpribadi***

Fungsi komunikasi antarpribadi dalam hal ini yaitu menjalin relasi kepada orang lain, mempengaruhi sikap dan perilaku, menghibur atau menenangkan orang lain, dan membantu orang lain.

### ***Customer Service***

Pelayanan Nasabah atau yang sering kita dengar sebagai Customer Service berasal dari dua kata yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

### ***Definisi Konsepsional***

Komunikasi antarpribadi customer service adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara customer service dengan nasabah, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Fungsi komunikasi antarpribadi yaitu untuk menjalin relasi, mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain, untuk menghibur serta untuk membantu orang lain. Melalui fungsi komunikasi pribadi customer servis diharapkan tercipta suatu hubungan kerjasama yang baik antara bank dengan nasabahnya.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena data-data yang di peroleh dari lapangan berupa kata-kata, gambar baik itu dari hasil wawancara, dokumentasi maupun observasi dan bukan berupa angka.

### ***Fokus Penelitian***

1. Untuk mengidentifikasi fungsi komunikasi antarpribadi customer service dalam hal :
  - a) Mempelajari perilaku orang lain
  - b) Menjalinkan relasi dengan nasabah
  - c) Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Nasabah
  - d) Menghibur atau menenangkan Nasabah
  - e) Membantu orang lain atau Nasabah

### **Jenis Data**

1. Data Primer adalah data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan oleh peneliti dengan informan.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain:
  - a) Dokumen-dokumen, laporan, catatan dan profil.
  - b) Buku-buku ilmiah atau hasil penulisan yang relevan dengan penelitian ini.

### **Sumber Data**

*Informan* yang peneliti tunjuk adalah orang yang berwenang atau di anggap tahu tentang permasalahan yang ingin diteliti. Adapun yang menjadi narasumber inti atau *key informan* dalam penelitian ini adalah Branch Manager dan *Informan* yaitu Costumer service yang terdiri dari 4 orang, semuanya merupakan bagian dari customer service officer di PT.Bank Danamon Indonesia di Samarinda dan juga 4 orang nasabah dari Bank Danamon Indonesia Samarinda.

### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara mendalam (in-depth interviewing)  
Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.
2. Observasi  
Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.
3. Analisis Dokumentasi  
Untuk memanfaatkan dokumen yang padat isi biasanya dilakukan dengan teknik tertentu.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data model interaktif sebagaimana yang dikemukakan oleh Milles dan Huberman bahwa dalam analisis data deskriptif kualitatif mencakup :

1. Pengumpulan data  
Pengumpulan data adalah data pertama atau data mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian
2. Reduksi Data  
Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
3. Penyajian Data  
Penyajian data adalah kesimpulan informasi yang memberikan pegangan pada peneliti untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.

#### 4. Kesimpulan atau Verifikasi

Menarik kesimpulan adalah data yang telah diproses dan telah disusun kemudian diambil kesimpulan atau makna dari data yang telah disederhanakan untuk disajikan dan sekaligus untuk memprediksi melalui pengamatan dari data yang ada.

## HASIL PENELITIAN

### *Pembahasan*

Untuk membahas permasalahan yang telah diuraikan dalam penulisan ini, maka semua data dan informasi yang telah diperoleh akan di analisa dan dibahas dari setiap fokus yang merupakan pokok-pokok dari penulisan ini. Pelaksanaan pelayanan public yang akan penulis bahas dengan focus penulisan adalah fungsi komunikasi antarpribadi customer servis yaitu fungsi mempelajari perilaku orang lain, fungsi menjalin relasi, fungsi mempengaruhi sikap dan perilaku, fungsi menghibur , dan fungsi membantu orang lain atau nasabah di bank Danamon Indonesia Cabang Samarinda Sudirman.

Dalam pembahasan ini penulis akan mencoba menggambarkan dan menganalisa fungsi komunikasi antarpribadi customer servis dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung di bank Danamon Indonesia di Samarinda.

Manusia dalam kehidupannya selalu berkomunikasi, Pada dasarnya hakekat yang terkandung dalam komunikasi adalah adanya kesamaan makna dan kesamaan pengertian diantara individu-individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi bukan hanya sekedar penyampaian keterangan-keterangan dari seseorang kepada orang lain. Tetapi juga sebagai sarana bagi pengkoordinasian dari segala aktifitas yang berlangsung dalam suatu perusahaan. Fungsi komunikasi dalam perusahaan sangatlah penting, karena tidak mungkin suatu perusahaan berjalan baik dalam mencapai tujuannya tanpa adanya komunikasi yang baik dan harmonis.

Dalam melayani nasabah menurut pimpinan dari bank danamon bahwa karyawannya sudah melakukan pelayanan yang baik dan sudah melayani dengan standar yang telah berlaku namun ketika penulis melakukan observasi dan mewawancarai beberapa nasabah mengatakan bahwa customer service dalam memberikan pelayanan masih terdapat kekurangan dengan standar yang berlaku.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Danamon Indonesia KC Samarinda bahwasanya, peranan *customer service* terhadap nasabah Bank Danamon Indonesia KC Samarinda itu sangatlah penting, menjadikan pelayanan menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan didunia perbankan untuk mempertahankan nasabah ataupun mencari calon nasabah untuk menjadi nasabah kita itu sulit dan sekaligus *customer service* merupakan jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Berikut jika di tinjau dari fokus penelitian yang peneliti teliti:

a. Fungsi mempelajari perilaku orang lain

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT.Bank Danamon Indonesia Cabang Sudirman Samarinda, tentang Fungsi Komunikasi antarpribadi customer service dalam hal mempelajari perilaku orang lain. Customer service dalam hal mempelajari perilaku orang lain sudah sesuai dengan proses-proses atau tahapan –tahapan yang harus dilalui dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat atau dalam hal ini adalah nasabah. Dan dilihat dari prosedur pelaksanaannya sudah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan ketetapan yang ada. Dan juga dari penjelasan customer service dalam hal ini mengatakan bahwa Cara terbaik untuk mengetahui harapan nasabah adalah bertanya kepada mereka. Bentuk formulir sederhana dapat memberikan banyak informasi. Minta lah kepada nasabah memberi penilaian dari yang sangat penting sampai yang tidak begitu penting. Semakin banyak survey dilakukan , semakin akurat pula survey yang didapatkan. Setelah nasabah mengisi survey semacam ini, kita bisa memulai gambaran yang jelas mengenai aspek bisnis apa dalam bisnis yang mereka anggap penting. Informasi ini dapat menentukan bagaimana kita dalam mencegah perubahan yang beresiko terhadap kepuasan nasabah. Ketika sudah mengetahui harapan mereka , kita dapat melakukan hal terbaik untuk memenuhi harapan mereka tersebut. Oleh sebab itu customer servis dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu agar tetap baik.

b. Fungsi menjalin relasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT.Bank Danamon Indonesia Cabang Sudirman Samarinda, tentang Fungsi Komunikasi antarpribadi customer service dalam hal menjalin relasi dengan nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh customer service dalam hal menjalin relasi sudah sesuai dengan proses-proses atau tahapan –tahapan yang harus dilalui dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat atau dalam hal ini adalah nasabah. Dan dilihat dari prosedur pelaksanaannya sudah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan ketetapan yang ada. Branch Manager menjelaskan bahwa persaingan bisnis perusahaan saat ini semakin tajam, perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan, konsep pemasaran perusahaan telah bergeser dari product oriented menjadi *customer oriented* artinya tidak hanya memperhatikan dari sisi produk tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabah, wujud dari konsep *customer oriented* ini adalah perusahaan harus lebih memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan prima sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah agar terciptanya hubungan relasi yang baik antar *customer service* dan pihak nasabah

Dan juga dari penjelasan customer service dalam hal ini mengatakan bahwa *customer service* dituntut untuk selalu berhubungan baik dengan nasabah dan menjaga relasi itu agar tetap baik, tentu saja hal ini dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah,Pelayanan yang diberikan harus



sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Lues, Antusias, Melayani). Sehingga nasabah merasa nyaman dengan pelayanan di Bank Danamon.

c. Fungsi Mempengaruhi Sikap dan Perilaku

Berdasarkan hasil penelitian yang ada dilapangan bahwa customer service dalam hal mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah sudah berjalan dengan baik,hal ini terlihat dari tanggapan nasabah yang mengadu mengenai permasalahannya dan diselesaikan dengan tuntas oleh *customer service*.

*Customer service* dalam hal ini berperan penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah yang apabila dalam keadaan emosi atau marah harus bisa menangani permasalahan yang nasabah hadapi sampai tuntas, disini tugas dari customer service mempengaruhi sikap perilaku nasabah sehingga menjadi tenang.Dan dilihat dari kondisi dilapangan bahwa customer service sudah melakukan tugasnya sesuai dengan standar yang berlaku, customer service harus menjadi pendengar yang baik dengan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk berbicara , dan harus selalu sampai tuntas menyelesaikan permasalahan agar tidak mengecewakan nasabah.Dalam hal ini *customer service* juga harus bisa melakukan persuasi terhadap nasabah.

d. Fungsi menghibur atau menenangkan nasabah

Beban tugas yang dikerjakan oleh pegawai terkadang membuat mereka jenuh, setiap hari mereka harus melayani masyarakat dengan berbagai macam karakter. Faktor yang terkadang membuat mereka sering berbuat tidak ramah karena terkadang nasabah yang mempunyai keperluan sering tidak mengerti akan prosedur sehingga pegawai harus berulang- ulang memberikan penjelasan dengan sabar, selain itu juga terkadang ada nasabah yang memaksa untuk segera dilayani padahal ia baru mengambil nomor antrian tanpa menghiraukan orang lain yang lebih dahulu mengambil nomor antrian dan sudah lama menunggu.

Tetapi perlu di ingat bahwa sebagai seorang *customer service* pelayanan harus selalu diliputi sikap kesadaran bahwa tugas yang dibebankan kepadanya harus dilaksanakan dengan penuh keikhlasan sehingga membawa dampak positif terhadap diriinya maupun orang lain. Kesadaran untuk tidak berbuat yang kurang berkenan sesungguhnya menjadi acuan dasar yang akan melandasi pada perbuatan atau tindakan berikutnya . sebagai customer service dalam memberikan pelayanan harus bisa menarik simpati nasabah dengan memberi kesan yang ramah dan baik saat memberikan pelayanan.

Berdasarkan hasil penulisan tentang fungsi customer service dalam hal menghibur dan menenangkan nasabah masih kurang baik karena masih ada keluhan masyarakat atas sikap perilaku customer service terhadapnya dan customer service belum mampu untuk menenangkan nasabah.

e.Fungsi membantu orang lain ( Nasabah)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT.Bank Danamon Indonesia Cabang Sudirman Samarinda, tentang Fungsi Komunikasi antarpribadi customer service dalam hal membantu nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh customer service dalam hal membantu nasabah sudah sesuai dengan proses-proses atau tahapan –tahapan yang harus dilalui dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat atau dalam hal ini adalah nasabah. Dan dilihat dari prosedur pelaksanaannya sudah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan ketetapan yang ada. Branch Manager menjelaskan bahwa dalam memberikan pelayanan yang prima, setiap petugas pelayanan dituntut untuk menampilkan diri / atau sikap sebagai customer servis untuk bersikap ramah. Customer service dituntut untuk menciptakan suasana hati yang riang dalam menghadapi nasabah, senyum yang dapat menyejukkan hati orang yang memandangnya, ucapan yang simpatik, tidak menyinggung perasaan orang lain. Sikap sopan atau santun mampu menghargai orang lain sesuai umur, maupun tingkat social lainnya, sikap membantu dan waspada berusaha memenuhi keinginan nasabah atau berusaha mencari solusi atas permasalahan yang disampaikan nasabah.

Dan juga dari penjelasan customer service dalam hal ini mengatakan bahwa dalam menjalankan kegiatan pelayanan kami harus mampu bertanggung jawab dalam melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari kami selaku customer service.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian penyajian data dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. customer service dalam hal mempelajari perilaku nasabah mengatakan bahwa Cara terbaik untuk mengetahui harapan nasabah adalah bertanya kepada mereka. Bentuk formulir sederhana dapat memberikan banyak informasi. Minta lah kepada nasabah memberi penilaian dari yang sangat penting sampai yang tidak begitu penting. Semakin banyak survey dilakukan , semakin akurat pula survey yang didapatkan. Setelah nasabah mengisi survey semacam ini, kita bisa memulai gambaran yang jelas mengenai aspek bisnis apa dalam bisnis yang mereka anggap penting. Informasi ini dapat menentukan bagaimana kita dalam mencegah perubahan yang beresiko terhadap kepuasan nasabah. Ketika sudah mengetahui harapan mereka , kita dapat melakukan hal terbaik untuk memenuhi harapan mereka tersebut. Oleh sebab itu customer servis dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu agar tetap baik, sehingga nasabah merasa puas untuk menabung di Bank Danamon Indonesia
2. Customer service dalam hal menjalin relasi mengatakan bahwa *customer service* dituntut untuk selalu berhubungan baik dengan nasabah dan menjaga

relasi itu agar tetap baik, tentu saja hal ini dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah, Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) dan SALAM (Senyum, Amanah, Lues, Antusias, Melayani). Sehingga nasabah merasa nyaman dengan pelayanan di Bank Danamon.

3. *Customer service* dalam hal ini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku nasabah yang apabila dalam keadaan emosi atau marah harus bisa menangani permasalahan yang nasabah hadapi sampai tuntas, disini tugas dari customer service mempengaruhi sikap perilaku nasabah sehingga menjadi tenang. Dan dilihat dari kondisi dilapangan bahwa customer service sudah melakukan tugasnya sesuai dengan standar yang berlaku, customer service harus menjadi pendengar yang baik dengan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk berbicara , dan harus selalu sampai tuntas menyelesaikan permasalahan agar tidak mengecewakan nasabah. Dalam hal ini *customer service* juga harus bisa melakukan persuasi terhadap nasabah.
4. Tetapi perlu di ingat bahwa sebagai seorang *customer service* pelayanan harus selalu diliputi sikap kesadaran bahwa tugas yang dibebankan kepadanya harus dilaksanakan dengan penuh keikhlasan sehingga membawa dampak positif terhadap dirinya maupun orang lain. Kesadaran untuk tidak berbuat yang kurang berkenan sesungguhnya menjadi acuan dasar yang akan melandasi pada perbuatan atau tindakan berikutnya . sebagai customer service dalam memberikan pelayanan harus bisa menarik simpati nasabah dengan memberi kesan yang ramah dan baik saat memberikan pelayanan. Berdasarkan hasil penulisan tentang fungsi customer service dalam hal menghibur dan menenangkan nasabah masih kurang baik karena masih ada keluhan masyarakat atas sikap perilaku customer service terhadapnya dan customer service belum mampu untuk menenangkan nasabah.
5. Customer service dalam membantu orang lain atau nasabah harus memberikan pelayanan yang prima, setiap petugas pelayanan dituntut untuk menampilkan diri / atau sikap sebagai customer servis untuk bersikap ramah. Customer service dituntut untuk menciptakan suasana hati yang riang dalam menghadapi nasabah, senyum yang dapat menyejukkan hati orang yang memandangnya, ucapan yang simpatik, tidak menyinggung perasaan orang lain. Sikap sopan atau santun mampu menghargai orang lain sesuai umur, maupun tingkat social lainnya, sikap membantu dan waspada berusaha memenuhi keinginan nasabah atau berusaha mencari solusi atas permasalahan yang disampaikan nasabah. Dan juga dari penjelasan customer service dalam hal ini mengatakan bahwa dalam menjalankan kegiatan pelayanan kami harus mampu bertanggung jawab dalam melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari kami selaku customer service.

### **Saran**

Dari Kesimpulan yang penulis paparkan tersebut, ada beberapa saran untuk PT. Bank Danamon Indonesia agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan:

1. Disarankan dalam hal menghibur atau menenangkan nasabah masih terdapat keluhan dari nasabah, jadi saran dari penulis adalah dalam hal ini customer service harus lebih sabar dalam menghadapi nasabah, serta harus meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di bank Danamon Indonesia cabang sudirman .Banyak komunikasi antarpribadi yang kita lakukan yang sepertinya tidak memiliki tujuan yang jelas, hanya mengobrol kesana-kemari untuk sekedar melepaskan kelelahan setelah seharian bekerja, atau hanya untuk mengisi waktu ketika harus menunggu antrian di Bank. Sepertinya ini merupakan hal yang sepele, tapi komunikasi antarpribadi dalam hal menenangkan nasabah seperti itu pun penting bagi keseimbangan emosi, dan kesehatan mental.
2. Disarankan kepada Bank Danamon cabang sudirman Samarinda diperlukannya kotak saran untuk mengetahui kekurangan atau keluhan nasabah demi terciptanya citra baik terhadap bank tersebut.
3. Disarankan kepada Customer service dalam hal ini harus memiliki sikap ramah dan sabar yang tinggi serta mempunyai kesadaran yang perlu ditanamkan dalam diri masing-masing terhadap tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya agar menimbulkan kepuasan bagi nasabah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurrahman. 1995. *Pengantar dan Praktek Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Aloliliweri, 2004. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung : Mandar Maju.
- Cangara, Prof. Dr. H. Hafied, Msc, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dasrun, Hidayat, 2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Effendy Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy Onong Uchjana, 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Terapan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, 2005. *Etika Costumer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Martin, William B, 2004. *Quality Costumer Service*. Jakarta : PPM.
- Muhammad, Arni. 1992. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Muhammad, Budyatna dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta : Kencana
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2005. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Djalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P, 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Indeks, Kelompok Gramedia.
- Siagian, P, 1993. *Dasar-dasar Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Pustaka Belajar.
- Tjiptono, 1996. *Memahami Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Utama Perkasa.
- Wursanto, 1987. *Memahami Dasar-Dasar Humas*. Jakarta : PT. Gramedia Utama Perkasa.
- Yoeti, Oka A, 2003. *Customer Service, Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita