

Sophia Rahmi¹, Nur Azizah², Anggi Agatha³, Desy Nuraminah⁴

ANALISIS KEPUASAN NASABAH BPR KERTA RAHARJA MELALUI KUALITAS CUSTOMER SERVICE.

Sophia Rahmi¹, Nur Azizah², Anggi Agatha³, Desy Nuraminah⁴

¹²³⁴Administrasi Perkantoran, Politeknik Pajajaran ICB Bandung, Indonesia

sophiarahmi@gmail.com¹, nur.azizah@poljan.ac.id², anggi.agatha@poljan.ac.id³, desy.nuraminah@poljan.ac.id⁴

Abstract

This study examines the quality of customer service in improving customer satisfaction at BPR Kerta Raharja. High-quality service is an essential factor for banks to maintain customer trust, loyalty, and attract new customers. The study aims to analyze the influence of customer service quality on customer satisfaction. A qualitative research method was employed, with data collected through questionnaires based on service quality indicators and direct field observations. The findings indicate that customer service at BPR Kerta Raharja has been implemented effectively by providing prompt, accurate, courteous, and reliable services in accordance with the bank's standard operating procedures. The dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and trust significantly contribute to customer satisfaction. Excellent customer service is able to meet customers' needs and expectations, resulting in higher levels of satisfaction, stronger customer loyalty, and a positive corporate image for BPR Kerta Raharja as a financial institution committed to delivering excellent banking services.

Keywords: Customer Service; Service Quality; Customer Satisfaction; Banking Services; BPR Kerta Raharja.

Abstrak

Penelitian ini membahas kualitas pelayanan customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BPR Kerta Raharja. Pelayanan yang berkualitas menjadi faktor penting bagi perbankan untuk mempertahankan kepercayaan, loyalitas, serta menarik nasabah baru. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dianalisis berdasarkan indikator kualitas pelayanan serta observasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan customer service di BPR Kerta Raharja telah berjalan secara optimal melalui layanan yang cepat, akurat, ramah, dan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepercayaan terbukti berkontribusi terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah sehingga meningkatkan tingkat kepuasan, loyalitas, serta citra positif BPR Kerta Raharja sebagai lembaga keuangan yang memberikan pelayanan prima kepada masyarakat.

Kata kunci : Customer Service; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Nasabah; Pelayanan Perbankan; BPR Kerta Raharja.

Corresponding author : nur.azizah@poljan.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja yang semakin Bank merupakan lembaga keuangan yang menjalankan fungsi intermediasi dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan, kredit, maupun jasa keuangan lainnya. melalui kredit, serta menyediakan berbagai layanan keuangan lainnya. Dalam menjalankan fungsinya, bank sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat. Kepercayaan tersebut menjadi aset utama yang harus dijaga melalui penyediaan layanan yang aman, profesional, dan berkualitas. Tanpa adanya kepercayaan dari nasabah, bank akan sulit mempertahankan keberlangsungan usahanya serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat.

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan bank dalam membangun kepercayaan nasabah adalah kualitas sumber daya manusia, khususnya petugas customer service yang berinteraksi secara langsung dengan nasabah. Menurut Kasmir yang dikutip oleh (Manuhutu et al., 2021) perbedaan utama antara perusahaan yang menghasilkan barang dan perusahaan yang bergerak di bidang jasa terletak pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam industri perbankan, pelayanan kepada nasabah menjadi aspek yang sangat penting karena layanan yang diberikan akan membentuk persepsi, kepuasan, serta loyalitas nasabah terhadap bank.

Menurut Kasmir yang dikutip (Sumarno et al., 2022), customer service merupakan segala bentuk pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka melalui layanan yang optimal. memenuhi kebutuhan dan harapan

mereka. *Customer service* tidak hanya bertugas memberikan informasi dan melayani kebutuhan administrasi nasabah, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara kepentingan nasabah dengan operasional bank. Oleh karena itu, customer service sering disebut sebagai garda terdepan (*frontliner*) yang menjadi representasi citra bank di mata masyarakat.

Dalam perkembangan industri perbankan saat ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang membedakan suatu bank dengan bank lainnya. Produk dan layanan yang ditawarkan oleh berbagai bank pada dasarnya memiliki karakteristik yang relatif sama, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih dan mempertahankan hubungan dengan suatu bank. Customer service dituntut mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, komunikatif, serta mampu menangani keluhan maupun kebutuhan nasabah secara profesional sehingga tercipta hubungan yang berkelanjutan, dilandasi oleh kepercayaan, kepuasan, dan manfaat bersama.

(Azizah & Fauzany, 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan nasabah, bahkan akan dianggap ideal apabila pelayanan yang diberikan melebihi harapan tersebut. Dengan demikian, kepuasan nasabah merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan pelayanan suatu bank. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan nasabah, tetapi juga meningkatkan loyalitas, menciptakan citra positif perusahaan, serta memperkuat daya saing bank.

Kasmir (Berry Leonard L. et al., 1988) juga menjelaskan bahwa manajemen layanan nasabah harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas melalui sikap ramah, tanggap, andal, serta mampu memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi nasabah. Sejalan dengan pendapat tersebut, Irawati dan Suwarno yang dikutip oleh (Sumarno, Dapiah, 2022) menyatakan bahwa lembaga jasa, termasuk perbankan, harus terus memantau tingkat kepuasan nasabah agar mampu mempertahankan nasabah lama sekaligus menarik nasabah baru. Oleh karena itu, bank perlu memahami persepsi dan harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

PT Bank Perekonomian Rakyat (BPR) Kerta Raharja (Perseroda) merupakan salah satu lembaga keuangan milik Pemerintah Kabupaten Bandung yang berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), BPR Kerta Raharja menyediakan berbagai produk simpanan, seperti Tabungan Serbaguna, Tabungan Kotak Mas, Simpanan Pelajar, dan Deposito Bedas Berhadiah, serta berbagai produk kredit, antara lain Kredit MCR Juara Bedas, Kredit Resapan, Kredit Silantap, dan Kredit Multiguna.

Hasil wawancara pendahuluan menunjukkan bahwa pelayanan *customer service* memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. *Customer service* dituntut mampu memberikan informasi secara jelas, menggunakan bahasa yang sopan, serta memberikan solusi terhadap kebutuhan maupun keluhan nasabah sesuai dengan

Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Salah seorang nasabah menyampaikan bahwa pelayanan *customer service* di BPR Kerta Raharja dinilai sangat baik karena mampu menjelaskan informasi secara rinci hingga mudah dipahami, bersikap ramah, serta memberikan pelayanan yang membuat nasabah merasa nyaman dan puas.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan *customer service* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Namun demikian, untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan tersebut telah memenuhi harapan nasabah, diperlukan suatu penelitian yang mampu menganalisis tingkat kepuasan nasabah berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*.

KAJIAN PUSTAKA

Customer Service

Customer service merupakan bagian penting dalam operasional perbankan karena menjadi pihak yang berinteraksi langsung dengan nasabah. Menurut (Di et al., 2023)), *customer service* adalah serangkaian aktivitas pelayanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah sehingga tercapai tingkat kepuasan yang optimal. Selain memberikan informasi mengenai produk dan layanan bank, *customer service* juga berfungsi membangun hubungan baik dengan nasabah sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas. Adapun tugas utama *customer service* meliputi:

1. Menyampaikan informasi kepada nasabah secara informatif, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. mengenai produk dan layanan bank.
2. Melayani pembukaan, perubahan, dan penutupan rekening.

3. Menangani keluhan serta memberikan solusi kepada nasabah.
4. Menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.
5. Menawarkan produk dan layanan perbankan sesuai kebutuhan nasabah.

Kualitas Customer Service

Kualitas pelayanan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan. Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan menjadi aspek yang menentukan keberhasilan bank dalam menciptakan kepuasan, meningkatkan kepercayaan, serta membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah customer service menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah. Penyediaan pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengalaman yang positif kepada pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat citra perusahaan.

Menurut (Sandi et al., 2021)(SERVQUAL), kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai janji.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kesediaan karyawan membantu nasabah dengan cepat dan tanggap.
3. *Assurance* (Jaminan), yaitu kemampuan karyawan memberikan rasa aman, percaya, dan profesional kepada nasabah.
4. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian secara individual terhadap kebutuhan dan permasalahan nasabah.
5. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu kondisi fasilitas, perlengkapan, teknologi, serta

penampilan karyawan yang mendukung kualitas pelayanan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan kondisi yang menggambarkan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan nasabah, sehingga menghasilkan perasaan puas maupun tidak puas.. Kepuasan akan tercapai apabila pelayanan yang diberikan sesuai bahkan melebihi harapan nasabah.

Menurut (Setiawan et al., 2022), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kualitas produk.
2. Kualitas pelayanan.
3. Faktor emosional.
4. Harga.
5. Biaya yang dikeluarkan pelanggan.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan, persepsi terhadap keadilan pelayanan, fitur jasa, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.

Hubungan Kualitas Customer Service dengan Kepuasan Nasabah

Kualitas customer service berkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah mampu menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. akurat, ramah, responsif, dan mampu memberikan solusi terhadap kebutuhan nasabah akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap bank. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang semakin baik akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah. *customer service* yang ditunjukkan melalui

dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas *customer service* menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan citra dan daya saing perbankan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk menggambarkan secara komprehensif kondisi aktual mengenai kualitas pelayanan *customer service* berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. sistematis dan faktual mengenai kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT BPR Kerta Raharja (Perseroda). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pelaksanaan pelayanan *customer service* serta persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan kondisi nyata di lapangan (Riduwan, 2015).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan *customer service* serta beberapa nasabah PT BPR Kerta Raharja (Perseroda). Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, antara lain buku, jurnal ilmiah, dokumen perusahaan, standar operasional prosedur (SOP), dan berbagai referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian..

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui observasi, peneliti

memperoleh informasi secara langsung mengenai situasi, aktivitas, dan proses yang berlangsung pada objek penelitian. mengamati secara langsung proses pelayanan *customer service* kepada nasabah. Melalui wawancara mendalam, peneliti memperoleh informasi secara rinci mengenai pelaksanaan pelayanan *customer service* sesuai dengan pengalaman dan pemahaman informan., penanganan kebutuhan dan keluhan nasabah, serta persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data penelitian dengan menelaah dokumen perusahaan, dokumentasi kegiatan, serta berbagai dokumen pendukung yang relevan dengan pelayanan *customer service*.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Dan & Layanan, 2014). Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data yang relevan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan proses analisis dan interpretasi. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan dan verifikasi kesimpulan berdasarkan hasil analisis sehingga diperoleh temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT BPR Kerta Raharja (Perseroda).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 55 responden yang merupakan nasabah BPR Kerta Raharja. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas

Sophia Rahmi¹, Nur Azizah², Anggi Agatha³, Desy Nuraminah⁴

responden adalah perempuan sebanyak 31 orang (56,3%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 24 orang (43,6%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 31–40 tahun sebanyak 22 orang (40%), sedangkan berdasarkan pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 14 orang (25,4%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa layanan BPR Kerta Raharja banyak dimanfaatkan oleh masyarakat usia produktif dengan latar belakang pekerjaan yang beragam.

Kualitas Customer Service di BPR Kerta Raharja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *customer service* di BPR Kerta Raharja telah berjalan dengan baik. Hal tersebut terlihat dari seluruh indikator kualitas pelayanan yang memperoleh tanggapan positif dari responden. Pada dimensi *reliability* (keandalan), mayoritas responden menyatakan setuju bahwa *customer service* mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan nasabah (61,81%) serta memberikan solusi terhadap keluhan yang disampaikan (58,18%). Hal ini menunjukkan bahwa *customer service* mampu memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai harapan nasabah.

Pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap), sebagian besar responden menyatakan bahwa *customer service* selalu tersedia dan cepat dalam merespons keluhan (61,81%), serta memiliki pengetahuan yang memadai mengenai produk dan layanan perbankan (60%). Temuan ini menunjukkan bahwa *customer service* memiliki kemampuan memberikan pelayanan secara cepat dan informatif sehingga kebutuhan nasabah dapat segera terpenuhi.

Selanjutnya, pada dimensi *assurance* (jaminan), mayoritas responden menyatakan

bahwa *customer service* bersikap sopan, profesional, serta mampu memberikan kepastian waktu dalam penyelesaian masalah. Persentase jawaban "setuju" mencapai 63,63% pada aspek kesopanan dan pengetahuan serta 54,54% pada aspek kepastian penyelesaian masalah. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan *customer service* mampu menumbuhkan rasa percaya dan aman bagi nasabah ketika bertransaksi.

Pada dimensi *empathy* (empati), *customer service* dinilai mampu memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan baik. Sebanyak 69,09% responden menyatakan setuju bahwa *customer service* memahami kebutuhan mereka, sedangkan 60% responden menyatakan *customer service* selalu mengakhiri pelayanan dengan ucapan terima kasih dan salam. Hal tersebut mencerminkan adanya perhatian personal yang diberikan kepada setiap nasabah sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara bank dengan nasabah. Sementara itu, pada dimensi *tangibles* (bukti fisik), mayoritas responden menilai bahwa *customer service* berpenampilan rapi, bersih, serta memperhatikan penampilan sesuai standar perusahaan. Kondisi tersebut mendukung terciptanya kenyamanan bagi nasabah selama memperoleh pelayanan.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan *customer service* telah berjalan dengan baik dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kualitas *customer service* di BPR Kerta Raharja telah memenuhi lima dimensi SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Sandi et al., 2021) yang menyatakan bahwa kualitas

pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten, responsif, meyakinkan, penuh empati, serta didukung oleh bukti fisik yang memadai.

Kepuasan Nasabah BPR Kerta Raharja

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepuasan nasabah termasuk dalam kategori baik, yang mencerminkan bahwa kualitas pelayanan customer service telah memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi nasabah.. Pada indikator harapan (*expectations*), sebagian besar responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka. Sebanyak 61,81% responden menyatakan setuju bahwa pelayanan customer service telah memenuhi harapan, sedangkan 65,45% responden menyatakan pelayanan yang diberikan nyaman serta didukung kondisi lingkungan yang bersih.

Pada indikator kinerja (*performance*), mayoritas responden menyatakan bahwa customer service selalu memperhatikan kebutuhan nasabah (63,63%) dan cepat dalam merespons setiap keluhan (58,18%). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi nasabah serta mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan, tetapi juga mampu memberikan pengalaman positif selama berinteraksi dengan bank.

Indikator perbandingan (*comparison*) menunjukkan bahwa responden menilai pelayanan dan produk BPR Kerta Raharja lebih baik dibandingkan alternatif lain. Sebanyak 67,27% responden menyatakan setuju bahwa pelayanan maupun produk yang ditawarkan merupakan yang terbaik. Selain itu, pada indikator pengalaman (*confirmation*), mayoritas responden mengaku puas terhadap

pelayanan *customer service* dan menilai petugas memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk perbankan.

Pada indikator kesesuaian pelayanan (*positive disconfirmation*), sebagian besar responden menyatakan bahwa pelayanan *customer service* telah memenuhi bahkan melebihi harapan mereka. Pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah terhadap BPR Kerta Raharja.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kualitas customer service memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan nasabah BPR Kerta Raharja. Berdasarkan hasil penelitian, kelima dimensi kualitas pelayanan memperoleh nilai yang tinggi, yang menunjukkan bahwa customer service telah memberikan pelayanan secara efektif dan profesional. yang positif, terutama pada aspek empati, keandalan, dan daya tanggap. Customer service dinilai mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan nasabah, menyelesaikan keluhan secara cepat, serta membangun komunikasi yang sopan dan profesional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan prinsip pelayanan prima dalam industri perbankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kasmir yang menyatakan bahwa customer service merupakan ujung tombak pelayanan bank yang bertugas memenuhi kebutuhan nasabah melalui pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah. Selain itu, temuan penelitian juga mendukung teori (Sumarno et al., 2022) bahwa kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,

Sophia Rahmi¹, Nur Azizah², Anggi Agatha³, Desy Nuraminah⁴

empathy, dan tangibles akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Temuan penelitian ini juga memperkuat pendapat Meithiana Indrasari bahwa Tingkat kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima. Pelayanan customer service yang semakin berkualitas akan mendorong meningkatnya kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan. Hal tersebut tercermin dari tingginya persentase jawaban "setuju" pada hampir seluruh indikator kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa customer service BPR Kerta Raharja telah mampu memberikan pelayanan yang memenuhi harapan nasabah sehingga berkontribusi terhadap terciptanya kepuasan, loyalitas, dan citra positif perusahaan.



Gambar 1. Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Customer Service pada PT BPR Kerta Raharja (Perseroda)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas *customer service* di PT BPR Kerta Raharja (Perseroda) telah memberikan kontribusi yang positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh penilaian responden yang sebagian besar menyatakan setuju terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). *Customer service* dinilai mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, profesional, serta memahami kebutuhan dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi nasabah. Di antara kelima dimensi tersebut, aspek empati memperoleh penilaian tertinggi, yang menunjukkan bahwa perhatian dan kepedulian *customer service* menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori yang baik. Nasabah menilai pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan, memberikan pengalaman yang positif, serta sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, kualitas *customer service* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan, membangun kepercayaan, mempertahankan loyalitas nasabah, serta memperkuat citra positif PT BPR Kerta Raharja (Perseroda) sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada pelayanan prima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, PT BPR Kerta Raharja (Perseroda) diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas pelayanan *customer service* yang telah berjalan dengan baik serta melakukan peningkatan secara berkelanjutan dengan memperkuat kompetensi sumber daya

manusia melalui kegiatan pelatihan yang berkesinambungan, khususnya dalam kemampuan komunikasi, penanganan keluhan, dan penguasaan produk perbankan. Selain itu, bank perlu secara rutin melakukan evaluasi terhadap tingkat kepuasan nasabah agar mampu mengidentifikasi kebutuhan serta harapan nasabah yang terus berkembang, sehingga kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian yang berkaitan dengan kualitas customer service dan kepuasan nasabah, baik dengan menambahkan variabel penelitian maupun memperluas objek penelitian sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Kepuasan nasabah dengan menambahkan variabel lain, seperti loyalitas nasabah, kualitas produk, kepercayaan, atau layanan digital perbankan sehingga menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N., & Fauzany, R. (2019). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Salah Satu Badan Perlindungan Instalasi Listrik Nasional Wilayah Provinsi Jawa Barat. *Manners*, 2(2), 135–147.
- Berry Leonard L., Parasuraman A., & Zeithaml Valerie A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Dan, O., & Layanah, K. (2014). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dan Kualitas Layanan. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 68–80.
- <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK>
- Di, N., Bjb, B., Ah, S., & Cianjur, K. C. P. (2023). 1*, 2, 3. 03(01).
- Manuhutu, M., Aunalal, Z. I., & Tanihatu, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 17–24. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4234>
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian*. CV ALFABETA.
- Sandi, R. P., Sofiati (Efi), N. A., & Sudaryo, Y. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(03), 229–258. <https://doi.org/10.56956/jim.v20i03.65>
- Setiawan, W. D., Zulfikarijah, F., & Sa'diyah, C. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 79. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.22745>
- Sumarno, Dapijah, S. E. (2022). *Ecobankers : Journal of Economy Banking Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah*. 3, 68–73.
- Sumarno, Dapijah, Edirianto, S., Tarjono, & Maulana, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service. *Journal Of Economy Banking*, 3(01), 68–73.