

KOMUNIKASI HORIZONTAL CUSTOMER SERVICE OFFICER DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA CABANG DENPASAR

I Gusti Agung Laksmi Swaryputri

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
agunglaksmi@gmail.com

Abstrak

Dalam perusahaan perbankan, *customer service* merupakan *front liner* yang berhadapan langsung dengan nasabah. Apa yang dilakukan oleh *customer service* merupakan cerminan suatu bank. Jika *customer service* memberikan pelayanan yang terbaik, maka baik pula respons nasabah terhadap bank, dan sebaliknya. Komunikasi yang dilakukan *customer service* dengan nasabah adalah komunikasi yang bersifat langsung. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar merupakan salah satu bank yang menyediakan jasa pelayanan oleh *customer service* untuk nasabahnya dan merupakan perwakilan terbesar PT. Bank Negara Indonesia di wilayah Bali. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus untuk memahami secara baik dan mendalam untuk menarik kesimpulan mengenai pelaksanaan komunikasi horizontal oleh petugas *Customer Service* kepada para nasabah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif yang merupakan teknik analisis yang menggunakan pendekatan logika induktif, dimana penalaran dibangun berdasarkan pada hal-hal khusus atau data di lapangan dan bermuara pada hal-hal yang umum

Kata kunci: Komunikasi Horizontal, Customer Service Officer, Pelayanan Nasabah.

Abstract

In banking companies, customer service is the front liner who deals directly with customers. What customer service does is a reflection of a bank. If customer service provides the best service, then the customer's response to the bank will be good, and vice versa. The communication carried out by customer service with customers is direct communication. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Denpasar Branch is one of the banks that provides customer service services for its customers and is the largest representative of PT. Bank Negara Indonesia in the Bali region. In this research, case studies are used to understand well and in depth to draw conclusions regarding the implementation of horizontal communication by Customer Service officers to customers. The data analysis technique used in this research is a qualitative data analysis technique which is an analysis technique that uses an inductive logic approach, where reasoning is built based on specific things or data in the field and leads to general things.

Keywords: Horizontal Communication, Customer Service Officer, Customer Service.

1. PENDAHULUAN

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. Peranan komunikasi dalam perusahaan sangatlah penting, karena tidak mungkin suatu perusahaan berjalan baik dalam mencapai tujuannya tanpa adanya komunikasi yang baik dan harmonis.

Keberhasilan ataupun kegagalan suatu organisasi sangat ditentukan oleh semua elemen yang ada di dalam organisasi baik pimpinan, karyawan juga dengan kemampuan mengadaptasi lingkungan eksternal organisasi. Adanya interaksi manusia yang satu dengan yang lainnya akan dapat berjalan secara harmonis dan dinamis melalui komunikasi. Untuk itu sangat dibutuhkan sumber daya manusia yang potensial. Manusia merupakan modal yang berharga dan sangat menentukan bagi suatu organisasi, oleh karena itu manusia tersebut harus punya dedikasi, loyalitas, dan semangat kerja yang tinggi.

Bagi perusahaan/organisasi yang bergerak dalam bidang jasa, misalnya jasa transportasi, pengacara, restoran, telekomunikasi, perbankan, dan sebagainya masalah pelayanan sangat penting. Dalam usaha ini dikenal istilah "*Pembeli adalah Raja*". Artinya, perusahaan atau organisasi harus memberikan

pelayanan yang sebaik mungkin bagi para konsumen karena konsumen sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Dalam perusahaan perbankan, *customer service* merupakan *front liner* yang berhadapan langsung dengan nasabah. Apa yang dilakukan oleh *customer service* merupakan cerminan suatu bank. Jika *customer service* memberikan pelayanan yang terbaik, maka baik pula respons nasabah terhadap bank, dan sebaliknya. Komunikasi yang dilakukan *customer service* dengan nasabah adalah komunikasi yang bersifat langsung. Hal ini disebabkan karena *customer service* berkomunikasi dengan nasabah dilakukan secara langsung dalam bentuk percakapan ataupun melalui saluran telepon. Seorang *customer service* harus mempunyai visi terhadap arti pelayanan, mampu mengidentifikasi sebab-sebab terjadinya hambatan komunikasi, tanggap terhadap keluhan nasabah serta diharapkan mampu memecahkan persoalan secara bersama, memberikan perhatian khusus serta tetap menjaga hubungan timbal-balik yang harmonis antara nasabah dan bank. Usaha ini dilakukan agar tercipta rasa tanggung jawab memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah. Hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi horizontal yaitu memecahkan masalah bersama, penyelesaian konflik baik yang terjadi di kalangan petugas *customer service* atau konflik yang terjadi antara bank dengan nasabah. Komunikasi yang baik diantara sesama petugas *customer service* berdampak positif bagi peningkatan pelayanan pada nasabah, maka sebaliknya bila diantara *customer service* tidak tercipta komunikasi horizontal yang baik maka tidak akan tercipta kerjasama yang baik untuk memberikan pelayanan pada nasabah. Komunikasi horizontal pada *customer service* penting karena dapat bekerja sama untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi nasabah. Misalnya, bila salah satu petugas kurang memahami persoalan yang diajukan oleh nasabah, maka petugas tersebut dapat bertanya atau meminta bantuan petugas yang lain.

Bank Negara Indonesia (BNI) tidak mau kalah dengan pesaing-pesaing yang lain. BNI yang berdiri pada tahun 1946 yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Bank ini didirikan sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada prinsipnya pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masing harus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan kepada nasabah dapat optimal. Hanya saja dalam prakteknya pelayanan utama lebih banyak diberikan kepada petugas yang langsung menangani atau yang berhubungan langsung dengan nasabah, seperti *customer service* karena mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan. Untuk dapat melaksanakan tugas utama dimaksud dengan baik, petugas *customer service* perlu dibekali dengan kemampuan dan keterampilan untuk melayani yaitu tentang dasar-dasar pelayanan agar nasabah yang dilayani semakin merasa puas.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam atau yang dikenal dengan *indepth interview*. Wawancara dalam riset kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan data yang mendalam (Bungin, 2006). Dalam penelitian ini digunakan studi kasus untuk memahami secara baik dan mendalam untuk menarik kesimpulan mengenai pelaksanaan komunikasi horizontal

oleh petugas *Customer Service* kepada para nasabah. Terdapat dua konsep utama yang digunakan dalam formulasi judul penelitian ini yaitu Komunikasi Horizontal *Customer Service Officer* dan Peningkatan Pelayanan kepada Nasabah.

Penelitian ini menggunakan subjek penelitian berjumlah 20 orang yang terdiri dari 5 Petugas *Customer Service* serta 15 orang nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, Bali. Teknik dan instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis, yakni ; (1). Observasi dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mengumpulkan data tentang suasana dan kegiatan *customer service* yang terjalin pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, (2). Penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur / terpimpin dengan cara mempersiapkan terlebih dahulu instrumennya yaitu berupa daftar pertanyaan secara sistematis dan terarah, dan (3). Teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan bahan-bahan tertulis sebagai dokumen. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, Struktur organisasi dan jumlah nasabah yang telah menggunakan jasa pelayanan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar.

Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah diimplementasikan. Analisis data dalam penelitian ini berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data atau melalui tiga tahapan model alir dari (Miles dan Huberman dalam Burhan Bungin, 2001 ; 297) yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan data atau verifikasi. Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi data yang dimaksudkan adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan data. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, lalu disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan. Sehingga data bias mendeskripsikan keadaan sebenarnya di lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data yang diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian, dipilah antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian data tersebut, maka diharapkan dapat memberikan kejelasan mana data substantif dan mana data pendukung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pendekatan deskriptif kualitatif yang merupakan suatu proses penggambaran keadaan sasaran yang sebenarnya. Analisis data diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. Hasil dari analisis data tersebut kemudian dinarasikan sedemikian rupa agar mudah dilihat dan dimengerti.

3. Penarikan Kesimpulan

Setiap kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Upaya penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus selama berada di lapangan. Setelah pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti penjelasan-penjelasanannya. Kemudian kesimpulan-kesimpulan itu diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan ulang dan meninjau kembali catatan lapangan sehingga terbentuk penegasan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Subak dan Kawasan Ceking

Berdirinya PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kelahiran Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada sidang Dewan Menteri Republik Indonesia 19 September 1945, diputuskan untuk mendirikan sebuah Bank Milik Negara yang berfungsi sebagai

bank sirkulasi. Untuk itu pemerintah memberikan surat kuasa kepada Bapak R.M Margono Djojohadikoesoemo (alm), guna mempersiapkan pembentukannya.

Pada tahun-tahun selanjutnya telah dilakukan berbagai upaya oleh pemerintah untuk memantapkan kedudukan Bank Negara Indonesia sebagai bank sirkulasi. Namun dalam Konfrensi Meja Bundar (KMB) antara Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Belanda, diputuskan Bank Indonesia (pada waktu itu bernama De Javasche Bank) sebagai bank sentral. Bank Negara Indonesia kemudian berfungsi sebagai bank umum yang usahanya diarahkan untuk membantu pembangunan ekonomi nasional.

Dengan dikeluarkannya Penetapan Presiden No. 17 Tahun 1965 tentang Integrasi Bank-Bank Pemerintah, sejak tanggal 17 Agustus 1965, Bank Negara Indonesia berubah nama menjadi Bank Negara Indonesia Unit III. Dalam Tahun 1967 dikeluarkan Undang-Undang No. 14 tentang Pokok-Pokok Perbankan yang menetapkan kembalinya bank-bank pemerintah kepada fungsi semula seperti sebelum adanya integrasi. Selanjutnya dengan Undang-Undang No. 17 Tahun 1968 Bank Negara Indonesia Unit III ditetapkan menjadi Bank Negara Indonesia 1946, yang berfungsi sebagai bank umum milik Negara dengan usaha dan tugas pokok yang diarahkan kepada perbaikan ekonomi rakyat dan pembangunan ekonomi nasional dengan mengutamakan sektor industri.

Sesuai dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, bentuk hukum Bank Negara Indonesia 1946 diubah menjadi Perusahaan Perseroan dengan nama PT. Bank Negara Indonesia (Persero) menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat (*go public*), sehingga nama lengkapnya menjadi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau disingkat Bank BNI. Pada waktu ini Bank BNI mempunyai 548 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan 6 kantor cabang luar negeri yaitu Singapura, Hongkong, Tokyo, London, New York dan Grand Cayman Island. Bank BNI juga mempunyai hubungan koresponden dengan bank-bank penting di seluruh dunia.

3.2 Pelaksanaan Komunikasi Horizontal Customer Service Officer PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar

Dalam penelitian kualitatif keberadaan informan sangat penting, oleh karena itu pemilihan orang-orang yang dijadikan sumber informasi sangatlah perlu. Untuk itu peneliti sebelumnya melakukan beberapa kunjungan ke PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar dan melakukan wawancara dengan beberapa nasabah yang datang guna memperoleh informasi tentang pelayanan yang didapatkan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar.

Tahap selanjutnya mewawancarai beberapa petugas *customer service* dengan tujuan untuk memperoleh beberapa informasi tentang penerapan komunikasi horizontal yang berlangsung disana. Dari jumlah *customer service* yang ada, diambil 5 orang sebagai informan. Pengambilan 5 orang informan (*Customer service*) tingkat pendidikan, masa kerja dan umur. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan pemerataan dalam penerapan komunikasi horizontal antar petugas *customer service* yang ada pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan wawancara agar wawancara tersebut efektif dan mencapai tujuan yaitu, Proses komunikasi horizontal yang meliputi komunikasi antar petugas *customer service* diukur berdasarkan indikator yang diterapkan pada fungsi komunikasi horizontal yang mencakup : koordinasi, dukungan, berbagi informasi, kesepakatan, mengenengahi perbedaan, dan memecahkan masalah yang diukur berdasarkan penilaian menggunakan jawaban setuju atau tidak setuju.

Informasi dari mereka cukup untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Wawancara dilakukan untuk lebih memperdalam jawaban yang diberikan informan, selain untuk mendapatkan informasi tambahan yang sangat diperlukan dalam penelitian.

Para petugas *Customer Service* mengatakan mereka cukup sering melakukan komunikasi dengan sesama rekan kerja yang bertujuan untuk mengkoordinasikan tugas, berbagai informasi untuk memecahkan masalah, penyelesaian konflik, mencapai pemahaman yang sama, atau hanya untuk sekedar membina hubungan intrapersonal. Biasanya mereka melakukan komunikasi itu pada saat jam istirahat atau melalui percakapan telepon dan aktifitas diluar pekerjaan kantor.

Melalui komunikasi yang efektif mereka dapat memahami satu sama lain, lebih mudah untuk mengkoordinasikan tugas, mampu merundingkan masalah sehingga memperoleh solusi yang tepat, mampu saling mendukung dan yang paling penting adalah tetap menjaga konsistensi pesan yang disampaikan kepada para nasabah.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa ada keterkaitan antara teori *customer relations* yang dikemukakan oleh Frederik Newell dengan proses kerja para *customer service* sebagai *front liner* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar ”*customer relations* adalah proses memodifikasi perilaku pelanggan dan belajar dari setiap interaksi, menyesuaikan kebutuhan pelanggan, memperkuat ikatan antara pelanggan dan perusahaan”. (Tunggal 2008:8).

Selain itu jika dikaitkan dengan komunikasi horizontal, pelayanan yang dilakukan oleh *front liner* adalah salah satu bentuk komunikasi horizontal antar para petugas *customer service*, yang saling bekerjasama dalam mencari solusi permasalahan yang dialami para nasabah sehingga dapat meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah.

Selain melakukan observasi pada BNI, para *customer service* selalu menjalankan perannya yaitu sebagai pihak langsung yang berhubungan dengan nasabah (*customer relations*) dengan mengimplementasi teori tahapan-tahapan *customer relations* yang dikemukakan menurut Robbins (2001:175): (1). Mendapatkan pelanggan atau nasabah baru (*acquire*) yaitu Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan akses informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik, (2). Meningkatkan pelayanan dengan nasabah yang telah ada (*enchance*) yaitu Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya yang akan mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan baru, dan (3). Mempertahankan Nasabah (*retain*) yaitu Tahap ini merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan. Tahapan-tahapan tersebut yang menjadi acuan petugas *customer service* sebagai *front liner* untuk memberikan *service excellence* dimana penerapan komunikasi horizontal sangat diperlukan guna meningkatkan pelayanan kepada para nasabah yang datang

3.3 Pelayanan Customer Service kepada Nasabah PT.Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar

Sebagai suatu perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar menyadari bahwa kesuksesan usaha dalam bidang ini tidak hanya terletak pada tingkat bunga bank dan keragaman jasa perbankan yang ditawarkan, tetapi masih banyak faktor lain yang tidak kalah pentingnya yang juga mempengaruhi keberadaan suatu bank untuk tetap eksis bergerak di bidang perbankan. Salah satu faktornya adalah pelayanan *Customer Service* yang diberikan oleh bank. Untuk mengukur penilaian dari nasabah mengenai pelayanan *Customer Service* PT.Bank Negara Indonesia diukur berdasarkan indikator yang mencakup 5 dimensi yang menentukan kualitas pelayanan yang ditinjau dari sudut pandang pelanggan yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*) : (a). Kemampuan memberikan fasilitas yang lengkap dimana Dalam upaya memuaskan nasabahnya, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Denpasar menyediakan perlengkapan kerja unit *Customer Service*, meliputi : meja kerja yang rapi, komputer, telepon, papan nama, alat tulis, brosur, kalender duduk, permen untuk nasabah, berbagai formulir aplikasi, dan lain-lain, (b). Penampilan dan Kerapihan petugas *Customer*

Service dimana PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Denpasar telah memberikan pengarahan kepada karyawannya termasuk petugas *customer service* untuk berpenampilan bersih dan rapi dengan memakai seragam yang telah disediakan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Denpasar, (c). Tata rias dan aksesoris yang dikenakan dimana Untuk menunjang penampilan, petugas *customer service* wanita diwajibkan menggunakan menggunakan make up dan mengenakan aksesoris yang sesuai dan tidak berlebihan.

2. Keandalan (*Reliability*) : (a). Pengetahuan mengenai perbankan yang baik akan menunjang kinerja *customer service* dalam menghadapi nasabah dan dalam menyelesaikan prosedur pekerjaannya, (b). Petugas *customer service* mampu menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar kepada nasabah dengan lancar, sehingga menjawab keingintahuan nasabah dengan sangat baik, (c). Dengan penguasaan atas pengetahuan mengenai perbankan maupun produk dan jasa yang ditawarkan, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar mengarahkan karyawannya untuk dapat memberikan solusi pada saat nasabah mengajukan komplain atau keluhan melalui pengecekan terlebih dahulu kemudian melakukan perbaikan sehingga masalah tidak terulang kembali.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) : (a). Bagi nasabah, kemampuan petugas *customer service* dalam melayani nasabah merupakan hal yang penting. Misalnya : berdiri saat menyambut nasabah, memberikan senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk kepada nasabah, (b). Bagi sebagian besar nasabah, masalah kecepatan dalam pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Hal ini karena umumnya nasabah yang datang ingin dilayani dengan cepat dan tidak mau menunggu lama. Menyadari hal tersebut, maka PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar memberikan pelatihan dan standar waktu kepada petugas *customer service* untuk senantiasa memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah, (c). Setiap nasabah pasti ingin jika petugas *customer service* mau membantu dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Misalnya : pada saat nasabah mengumpulkan kelengkapan persyaratan dan menanyakan hal apa saja yang dibutuhkan, maka petugas *customer service* tersebut harus menanggapi dan memberitahunya.
4. Jaminan (*Assurance*) : (a). Petugas *customer service* meyakinkan nasabah bahwa aman menjadi nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar. Karena nasabah membutuhkan kepastian keamanan atas dana yang disimpan, (b). Nasabah mendapat perlakuan yang baik dari petugas *customer service* yang membuatnya nyaman, dan mengetahui proses input data nasabah yang dilakukan oleh petugas *customer service* dapat terjaga kerahasiaannya dan dilakukan dengan teliti untuk menghindari kesalahan, (c). Petugas *customer service* mengusahakan penyelesaian masalah dalam jangka waktu tertentu dan harus menepati janji tersebut kepada nasabah, serta memberitahukan mengenai informasi maupun perubahan dengan cepat dan tepat.
5. Empati (*Emphaty*) : (a). Setiap nasabah pasti ingin jika setiap keluhannya mendapat perhatian penuh dari perusahaan (BNI Denpasar) dimana bank tidak hanya menerima dan menampung keluhan atau saran saja, tetapi bank juga harus memberikan perhatian yang lebih besar kepada nasabah dengan berusaha mewujudkannya. Penanganan keluhan yang baik akan memberikan peluang untuk mengubah seorang nasabah yang tidak puas menjadi nasabah yang puas atau bahkan nasabah yang loyal terhadap PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, (b). Dalam hal ini permintaan maaf atas ketidaknyamanan pelayanan terhadap nasabah merupakan hal yang sangat penting. Ketidakpuasan atas ketidaknyamanan dan keluhan menjadi semakin besar apabila nasabah yang mengeluh merasa keluhannya tidak ditanggapi dengan baik, bahkan tidak ada permintaan maaf sekalipun. Tidak menutup kemungkinan nasabah yang tidak

puas itu akan menyebarkan rasa ketidakpuasannya pada orang lain sehingga citra buruk bank tersebut akan tertanam dibenak masyarakat. Menyadari hal tersebut, maka PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar selalu meminta maaf atas setiap ketidakpuasan dan ketidaknyamanan pelayanan serta mencoba untuk dapat menangani setiap keluhan nasabah sebaik mungkin, (c). Selalu mengucapkan terima kasih dan salam di setiap akhir pelayanan merupakan wujud dari sikap baik kepada nasabah yang diharapkan memberi kesan sehingga nasabah dapat merasakan pelayanan yang baik mulai dari saat pertama datang hingga akhir layanan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap nasabah yang datang pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, menunjukkan adanya kepuasan dari para nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service* hal ini didasarkan karena nasabah digambarkan pada umumnya sebagai nasabah yang paham akan jenis produk yang ada pada PT. Bank Negara Indonesia dan nasabah memperoleh kepuasan atas pelayanan *customer service* baik dalam hal memberikan informasi, bersikap, maupun menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah, sehingga mereka mengambil sikap untuk tetap menjadi nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian, maka simpulan dari penerapan Komunikasi Horizontal antar Petugas *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar adalah Komunikasi Horizontal *Customer Service Officer* pada PT. Bank Negara Indonesia sudah dilaksanakan secara efektif, dengan terjalinnya kerjasama yang baik antar petugas *customer service*. Terbukti ketika salah satu petugas sedang mengalami masalah atau hambatan dalam melaksanakan tugas, maka petugas tersebut dapat bertanya dan meminta bantuan petugas yang lain, sehingga proses pelayanan dapat berjalan dengan baik. Para petugas *customer service* juga mampu berinteraksi dengan nasabah, berusaha meyakinkan nasabah dan menanamkan kepercayaan kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan *customer service* dan mereka mengambil sikap untuk tetap menjadi nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar.

Saran

Dari hasil pembahasan dan penelitian ini, maka penulis dapat memberi saran kepada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar : (1). Disarankan kepada perusahaan agar dalam memberikan layanan kepada nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Denpasar, hendaknya tetap memperhatikan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi, keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), komunikasi (*empathy*), dan cepat tanggap (*responsiveness*) dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, (2). *Customer Service* harus lebih kreatif dan inovatif serta senantiasa melakukan penyempurnaan seperti tercantum pada 6 (enam) perilaku utama insan BNI.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Astrid, S. Susanto. 1974. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bina Cipta. Bandung
- Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Dwijendra Denpasar
- Djaja, Danan. 2000. *Peran Humas*. Alumni. Bandung
- Effendi, Onong Uchjana. 1998. *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikasi*. Edisi ke 3. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Faisal, Sanafiah. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasinya*. Yayasan Asah Asih Asuh. Malang

- Greener, Tony. 2002. *Kiat Sukses Public Relation dan Pembentukan Citranya*. Bumi Aksara. Jakarta
- Kusumastuti. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Gojongkerta. Ghalia Indonesia
- Moleong, L.J. 1999. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya. Bandung
- Oemi, Abdurrahman. 2001. *Dasar-Dasar Public Relation*. Edisi ke 9. PT Citra Aditya Bakti. Bandung
- Rahayu, M.A. 2008. *Psychological well-being pada Istri Kedua dalam Pernikahan Poligami*. Universitas Indonesia
- Ruben & Steward. 2005. *Communication and Human Behaviour*. USA. Alyn and Bacon
- Ruslan, Rosady. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 1990. *Manajemen Jasa*. Andi. Yogyakarta