

SKRIPSI

**PERANAN PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN DI BANK
MANDIRI TASPEN KCP BIMA**

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PERBANKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERANAN PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN DI BANK
MANDIRI TASPEN KCP BIMA**

Oleh :

DINDA PURNAMA SARI

NIM. 2019B1C123

Untuk memenuhi ujian skripsi
Pada Tanggal, 30 Juni 2023

**Menyetujui,
Pembimbing**

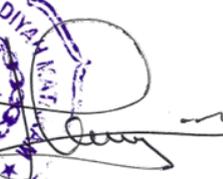
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0831128310


Nurul Hidayati Indra Ningsih S.E., M.M.
NIDN. 0806039101

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis**



Lala Hendra Maniza, S.Sos., M.M
NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN
PERANAN PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PENSIUNAN DI BANK
MANDIRI TASPEN KCP BIMA

Oleh :

DINDA PURNAMA SARI
NIM. 2019B1C123

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 30 Juni 2023
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji:

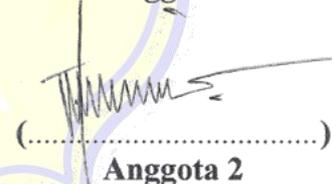
Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0831128310


Ketua

Nurul Hidayati Indra Ningsih S.E., M.M.
NIDN. 0806039101


Anggota 1

Sulhan Hadi, SE, MM
NIDN. 0813038202


Anggota 2

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapatan pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, Juni 2023
Mahasiswa,



DINDA PURNAMA SARI
2019B1C123



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Purnama Sari
 NIM : 2019131123
 Tempat/Tgl Lahir : Tolitonga, 07-09-2000
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
 Fakultas : FISIPOI
 No. Hp : 085 253 016 521
 Email : dindapurnamasari963@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Peranan Pelayanan Customer Service Dalam Mempertahankan
Loyalitas Nasabah pensiun Di Bank Mandiri Taspen
Kep BIMA

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 100%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 10 Juli2023
 Penulis



DINDA PURNAMA SARI
 NIM. 2019131123

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904 *uly*

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Purnama Sari
NIM : 2019B10123
Tempat/Tgl Lahir : Tolotangga, 07-09-2000
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Fisi.Pol
No. Hp/Email : dindapurnamasari963@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Peranan Pelayanan Customer Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiun di Bank Mandiri Taspen ke PIMA

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 10 Juli2023
Penulis

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



DINDA PURNAMA SARI
NIM. 2019B10123

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

**LAMBAT BUKAN BERARTI PENGHAMBAT KESUKSESAN,
SELAMBAT APAPUN PROSESNYA, YANG TERPENTING
ADALAH TUUANNYA.**

**UTAMAKANLAH KLUARGA. INGATLAH, SAAT
SEMUANYA RUNTUH DAN GAGAL, KLUARGA ADALAH
TEMPATMU KEMBALL.**



PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN

KEPADA KEDUA ORANG TUA TERCINTA PAK SAIMAN YASIN DAN IBU

SUHARTATI ATAS KETULUSAN DO'A SERTA KASIH SAYANG TAK PERNAH USAL.

SERTA ORANG-ORANG TERDEKATKU



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peranan Pelayan *Customer Service* Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiunan Di Bank Mandiri Taspen KCP Bima”**.

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Dalam menyelesaikan Skripsi ini banyak bantuan pihak secara baik moril dan materil. Maka dengan ketulusan hati peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada, pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bapak Drs Abdul Wahab, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajaranya.
2. Bapak Dr. H Muhamad Ali.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing I, yang selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
5. Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram yang tentunya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Staf Tata Usaha Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram
8. Kepada kedua orang tua tercinta, bapak Saiman Yasin dan Ibu Suhartati yang senantiasa memberikan do'a, sport semangat, cinta dan kasih sayang, serta nasehat yang bisa membangkitkan penulis dalam kelancaran dan kesuksesan penulis menyusun\menyelesaikan skripsi ini. Kemudian trimakasi banyak untuk abangnda terkasih abang Julkiflin, Insan, Muhidin, Amar Makkruf, dan kaka Ifda. Serta adik-adiku tersayang Nurfadila dan Muliyaadin.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, angkatan (2019) Nurhidayah, Uswatun Hasanah, Fitri Rahma, Aprill, Juliati, Erna Sari, Meci Rizky Nurhalifah, Ainun Nadira, Amroji, Imam, Ahyar. Trimakasi telah menjadi sahabat terbaik bagi penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta do'a hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mataram 16 Mei 2023

DINDA PURNAMA SARI
(2019B1C123)

ABSTRAK

PERANAN PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PENSUNAN DI BANK MANDIRI TASPEN KCP BIMA

Dinda purnama sari,¹ Amin Saleh,² Nurul Hidayati Indra Ningsih,³

¹Mahasiswa, ²Pembimbing Utama, ³Pembimbing

¹²³Prodi Adm. Bisnis, Fakultas FISIPOL, Universitas Muhammadiyah Mataram

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui sistem pelayanan *customer service* pada Bank Mandiri Taspen KCP Bima (2) Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelayanan nasabah di Bank Mandiri Taspen KCP Bima (3) Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan *customer service* untuk mempertahankan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Taspen KCP Bima.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. sumber data yang digunakan (1) Data primer (2) Data sekunder melalui teknik pengumpulan data (1) Observasi (2) Wawancara (3) Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah (1) Reduksi data (2) Penyajian data (3) Kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pelayanan di Bank Mandiri Taspen KCP Bima mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah pensiun, dengan pelayanan yang profesional dan terciptanya pelanggan yang loyal serta menarik perhatian nasabah pensiun. Sehingga nasabah semakin tertarik dengan produk jasa pensiun dalam sistem pelayanan Bank Mandiri Taspen KCP Bima. Faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas nasabah pensiun adalah: Di dukung oleh kantor yang bagus, di dukung oleh pelayanan yang sudah profesional dan mengadakan acara senam sehat bersama nasabah pensiun untuk membangun semangat para nasabah pensiun. Sedangkan strategi yang dilakukan oleh pihak Bank Mandiri Taspen KCP Bima adalah mengadakan acara senam sehat dimana senam sehat ini merupakan konsep yang sangat menarik perhatian para nasabah pensiun, kemudian membangun komunikasi yang intens antara karyawan dengan nasabah pensiun.

Kata kunci: *Customer service*, loyalitas, pensiunan.

ABSTRACT

THE ROLE OF CUSTOMER SERVICE IN MAINTAINING RETIRED CUSTOMERS' LOYALTY AT BANK MANDIRI TASPEN BIMA BRANCH

Dinda Purnama Sari,¹ Amin Saleh,² Nurul Hidayati Indra Ningsih,³

¹Student, ²Main Advisor, ³Second Advisor

¹²³Bussiness Administration Program, Muhammadiyah University of Mataram

The objectives of this research are as follows: (1) To understand the customer service system at Bank Mandiri Taspen KCP Bima. (2) To identify the supporting factors and barriers in customer service for clients at Bank Mandiri Taspen KCP Bima. (3) To examine the strategies employed by customer service to maintain customer loyalty at Bank Mandiri Taspen KCP Bima. This study utilized a qualitative research design with a descriptive approach. The data sources included: (1) Primary data and (2) Secondary data obtained through the following data collection techniques: (1) Observation, (2) Interviews, and (3) Documentation. The data analysis techniques employed were: (1) Data reduction, (2) Data presentation, and (3) Drawing conclusions. The research findings indicate that the customer service system at Bank Mandiri Taspen KCP Bima is capable of providing satisfaction to pensioners, thanks to its professional service and the establishment of loyal customers that attract the attention of pensioners. Consequently, customers become more interested in the pension services offered within the customer service system at Bank Mandiri Taspen KCP Bima. The supporting factors and barriers in maintaining customer loyalty among pensioners are as follows: Support from a well-equipped office, provision of professional service, and organizing healthy exercise events with pensioners to boost their morale. On the other hand, the strategies employed by Bank Mandiri Taspen KCP Bima include organizing healthy exercise events, which have proven to be highly appealing to pensioners, as well as fostering intensive communication between employees and pensioners.

Keywords: *Customer Service, Loyalty, Pensioners.*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM _____



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumus Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAU PUSTAKA	
2.1 PenelitianTerdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 PengertianPelayanan	8
2.2.2 Jenis-Jenis Pelayanan	9
2.2.3 Dasar-Dasar Pelayanan	10
2.2.4 Kualitas Pelayanan	11
2.2.5 Pelayanan Karyawan	12
2.2.6 Pentingnya Pelayanan	12
2.2.7 Pengertian <i>Customer Service</i>	13
2.2.8 Fungsi <i>Customer Service</i>	14
2.2.9 Pengertian Loyalita	16
2.2.10 Strategi Membangun Loyalitas	16
2.2.11 Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiun.....	16

2.2.12 Tipe Pelayanan Yang Loyal	17
2.2.13 Indikator Loyalitas Nasabah	17
2.2.14 Nasabah Pensiunan.....	18
2.2.15 Pengertian Nasabah.....	23
2.2.16 Definisi Mempertahankan Nasabah	24
2.2.17 Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pelayanan.....	25
2.3 Kerangka Berpikir	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3 Jenis Dan Sumber Data	37
3.3.1 Data Primer	37
3.3.2 Data Sekunder	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Observasi.....	38
3.4.2 Wawancara.....	39
3.4.3 Dokumentasi.....	39
3.5 Tehnik Analisis Data.....	39
3.5.1 Pengumpulan Data	39
3.5.2 Reduksi Data	40
3.5.3 Penyajian Data.....	40
3.5.4 Kesimpulan.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.2 Hasil Penelitian	49

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelayanan publik mencakup berbagai aspek mendasar dari kehidupan sehari-hari. Dalam konteks pemerintahan, negara memikul tanggung jawab untuk memberikan layanan publik yang esensial kepada masyarakat, yang mencakup berbagai barang dan jasa, tindakan pengaturan, dan ketentuan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang-bidang seperti pendidikan, kesehatan, dan lainnya. layanan esensial. Secara garis besar, dapat dikemukakan bahwa pelayanan merupakan aspek yang sangat diperlukan dari keberadaan manusia. Masyarakat dalam kapasitasnya sebagai pengguna pelayanan publik memiliki harapan yang sah untuk mendapatkan pelayanan publik yang berkualitas dari pemerintah. Sesuai Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004, yang menjabarkan prinsip-prinsip dasar penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat bagi unit-unit pelayanan pemerintah. Pelayanan publik mengacu pada rangkaian kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan penerima pelayanan, dengan tetap berpegang pada ketentuan peraturan perundang-undangan. Penyelenggara layanan publik adalah individu yang menjabat sebagai pejabat layanan publik baik di pemerintah daerah maupun badan usaha milik daerah, dengan tujuan utama memberikan layanan publik. Perorangan, kelompok masyarakat, dan badan

hukum yang mempunyai hak dan kewajiban tertentu sehubungan dengan suatu pelayanan publik disebut sebagai penerima pelayanan tersebut.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik sebagai rangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan warga negara dan penduduk sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pelayanan tersebut meliputi penyediaan barang, jasa, dan pelayanan administrasi oleh penyedia jasa dengan maksud untuk memajukan kepentingan pelayanan publik.

Layanan mengacu pada penyediaan barang atau jasa kepada klien atau individu lain dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ini melibatkan pengiriman layanan kepada pelanggan dalam berbagai bentuk. Pelayanan dapat diartikan sebagai usaha yang disengaja dan disadari yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Layanan mengacu pada aktivitas tidak berwujud yang diberikan kepada pelanggan atau klien, dan tidak dapat dimiliki. Layanan pelanggan adalah praktik bisnis yang ditujukan untuk membina hubungan emosional yang positif antara produsen dan pelanggan, serta menangani berbagai keluhan pelanggan. Dalam penyediaan layanan, sangat penting bagi perusahaan atau bisnis yang terlibat dalam penyediaan layanan untuk berusaha memberikan kualitas layanan yang optimal kepada pelanggan atau kliennya. Hal ini sangat penting bagi penyedia layanan.

Menurut Kasmir (2014:249) *customer service* adalah setiap kegiatan yang ditujukan atau ditujukan untuk memuaskan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan oleh seseorang untuk memastikan kepuasan pelanggan

melalui pelayanan yang diberikan oleh seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dalam situasi persaingan perbankan, bank harus memiliki usaha dan target yang jelas untuk menarik nasabah serta mampu mempertahankan nasabah yang telah menjadi mitra perusahaan. Salah satu tolak ukur keberhasilan dari suatu perusahaan bisa kita lihat dari kemampuan perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah yang menggunakan jasa perbankan tersebut secara berulang-ulang. Tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan jasa suatu perusahaan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen agar dapat lebih meningkatkan serta memperbaiki kualitas pelayanan sehingga nasabah bisa merasakan kepuasan yang akan diberikan.

Kolter dan Keller (2016: 138) menjelaskan bahwa loyalitas adalah dedikasi yang teguh untuk membeli kembali atau menggunakan kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan, terlepas dari faktor situasional dan upaya pemasaran yang ditujukan untuk mendorong perilaku beralih.

Bank Mantap, anak perusahaan Bank Mandiri dan PT. Taspen, mengkhususkan diri dalam menyediakan layanan perbankan untuk individu pensiunan. Pada akhir tahun 2020, korporasi akan mendirikan 40 kantor cabang utama, 229 kantor cabang sekunder, dan 152 unit kas mobil yang berlokasi di seluruh Indonesia untuk memfasilitasi operasi komersialnya.

Permasalahan yang dilihat oleh peneliti adalah berdasarkan hasil observasi sering terjadi permasalahan nasabah mengeluh di bagian penarikan,

dan sering mengeluh saldonya berkurang, kemudian bagaimana sistem peran *customer service* menangani permasalahan tersebut sehingga nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak *Customer Service* dan tertarik memakai jasa perbankan. Bank Mandiri Taspen Kk Bima, dilihat dari pelayanan *customer service* yang diberikan kepada nasabahnya. Dalam penelitian ini diketahui bahwa untuk mempertahankan nasabah pada Bank Mandiri Taspen Kcp Bima dengan memberikan pelayanan yang baik, bersikap ramah dan komunikatif. Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat penelitian dengan judul **“Peranan Pelayanan *Customer Service* Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiunan Di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas yang menjelaskan bahwa masalah yang terjadi di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima adalah:

1. Bagaimana sistem pelayanan *customer service* pada nasabah di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelayanan pada nasabah di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.
3. Strategi apa yang dilakukan *customer service* untuk mempertahankan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem pelayanan *customer service* pada Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.

2. Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelayanan nasabah di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan *customer service* untuk mempertahankan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang pelayanan dan diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi kepentingan ilmiah serta menjadi langkah awal bagi penelitian yang sama khususnya pada kantor Bank Mandiri Taspen Kk Bima.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan menjadibahan masukan pimpinan Bank Mandiri Taspen Kcp Bima sebagai upaya untuk meningkatkan serta perbaikan hasil kerja.

3. Manfaat Akademisi

Studi ini merupakan komponen wajib dari kurikulum untuk program gelar Sarjana Administrasi Bisnis yang ditawarkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yemi Marleza (2019) dengan judul “Peranan *Customer Service* Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu” Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* berperan penting dalam menangani keluhan nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Hal ini dikarenakan *customer service* tidak hanya berperan sebagai mediator bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhannya, namun juga berupaya untuk menyelesaikannya secara cepat tanpa eskalasi. Untuk memusatkan.

Persamaan peneliti yang dilakukan oleh Yemi Marleza dengan penelitian ini sama sama melakukan penelitian terhadap Peranan *Customer Service* dan menggunakan analisis kualitatif deskriptif dan tehnik pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan perbedaan ialah Yemi Marleza membahas tentang Peranan *Customer Service* Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu” dan peneliti meneliti tentang “Peranan *Customer Service* Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiunan Di PT. Mandiri Taspen Cabang Mataram”.

4. Tiara Purnama Sari (2020) dengan judul “Penerapan Etika *Customer Service* Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan” Penelitian ini bertujuan untuk menilai penerapan etika pelayanan nasabah dalam pemberian pelayanan kepada nasabah Bank Muamalat Kota Manna. Baik penelitian Tiara maupun penelitian ini memiliki kesamaan dalam pemeriksaan layanan pelanggan mereka melalui metodologi penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu, kedua penelitian tersebut menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Menurut temuan penelitian, personel layanan pelanggan memiliki keterampilan dan pengetahuan khusus karena mereka secara konsisten terlibat dalam tugas yang melibatkan interaksi dengan pelanggan.

Studi tersebut di atas menunjukkan bahwa retensi pelanggan memegang peranan penting bagi perusahaan yang berorientasi layanan, khususnya lembaga perbankan yang terlibat dalam penyediaan layanan pelanggan.

Perusahaan jasa perbankan diberi mandat untuk meningkatkan kemampuan mereka untuk menawarkan layanan bernilai tinggi dan menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Kasmir (2017:47) Seringkali, selama berbagai pertemuan atau pertemuan, pimpinan secara konsisten membahas hal-hal yang berkaitan dengan layanan pelanggan. Telah dikemukakan bahwa penyediaan layanan memerlukan pemeliharaan atau peningkatan terus-menerus, bersama dengan identifikasi strategi untuk peningkatannya. Jika terjadi ketidakpuasan pelanggan dan keluhan atau protes berikutnya, karyawan dapat dipindahkan ke peran yang berbeda, meskipun kualitas layanan yang diberikan kurang optimal. Alternatifnya, karyawan dapat menerima pelatihan untuk meningkatkan penyampaian layanan mereka sejalan dengan tolok ukur yang ditetapkan.

Yang dimaksud dengan “pelayanan” adalah kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh individu atau badan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau rekan kerja. Istilah "pelanggan" tidak hanya mencakup individu eksternal yang membeli produk perusahaan, tetapi juga pemangku kepentingan internal seperti karyawan dan pemimpin. Ini termasuk penyediaan layanan kepada rekan kerja dan atasan dengan cara yang saling menguntungkan.

2.2.2 Jenis-jenis Pelayanan

Kasmir (2017:51) Masyarakat umum biasanya memiliki pengetahuan terbatas pada domain layanan pelanggan. Layanan ini secara eksklusif ditargetkan untuk konsumen atau pelanggan, dengan fokus utama untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Sering diabaikan bahwa karyawan membutuhkan kepemimpinan dan dukungan rekan kerja di tempat kerja. Sangat penting bagi pelanggan untuk memperhatikan layanan internal yang ditawarkan, khususnya yang melibatkan interaksi antara karyawan dan atasannya. Apa pentingnya hal ini? Apabila terjadi komunikasi dan koordinasi yang kurang lancar antara pimpinan dan bawahan, pemberian pelayanan kepada pelanggan dapat terhambat. Demikian pula, layanan yang tidak memadai di antara karyawan dapat menghambat operasi layanan dengan pelanggan. Konsekuensinya, setiap keterlambatan dalam penyediaan layanan internal akan berdampak langsung pada penyampaian layanan eksternal kepada pelanggan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis pelayanan dibagi ke dalam 2 (dua) kelompok:

1. Pelayanan ke Dalam

Istilah "pelayanan ke dalam" mengacu pada penyediaan layanan antara karyawan dan personel layanan pendukung untuk kepentingan pelanggan. Penyediaan layanan atau pertukaran layanan antara karyawan dan manajemen, atau sebaliknya, sedang

dibahas. Berbagai jenis layanan dapat diberikan, termasuk namun tidak terbatas pada penyediaan dokumen, pemrosesan dokumen, penyebaran informasi, komunikasi, dan layanan terkait lainnya.

2. Pelayanan Keluar

Layanan eksternal mengacu pada penyediaan layanan kepada entitas di luar organisasi, seperti klien atau pelanggan. Layanan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memfasilitasi proses transaksi hingga titik pembelian atau konsumsi produk atau layanan yang ditawarkan oleh penjual.

2.2.3 Dasar-dasar Pelayanan

Kasmir (2017:53) Kualitas layanan pelanggan bergantung pada berbagai faktor yang berkaitan dengan karyawan, seperti latar belakang pendidikan, warisan budaya, asal etnis, pengalaman kerja, dan praktik kebiasaan. Untuk memastikan tingkat layanan yang konsisten dan unggul, setiap karyawan harus memiliki pemahaman yang komprehensif tentang prinsip-prinsip dasar layanan. Kualitas yang ditawarkan mengikuti standar khusus yang ditetapkan oleh perusahaan. Tidak adanya kriteria khusus dapat menimbulkan tantangan dalam memberikan layanan dengan kualitas unggul. Layanan yang diberikan menunjukkan keseragaman atau mematuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sangat penting bahwa karyawan memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan hal-hal yang berhubungan dengan layanan untuk memastikan keseragaman dan kualitas layanan yang tinggi. Perolehan keterampilan dan pengetahuan yang berkaitan dengan pelatihan ini dapat difasilitasi melalui program terstruktur yang terdiri dari instruksi teoretis dan aplikasi praktis dalam berbagai skenario dunia nyata. Selanjutnya, pengguna diberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, yang berkorelasi dengan aspek fundamental layanan minimum yang harus dipahami Kasmir. (2017:53).

2.2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut *Tjiptono* (2006:51) Konsep kualitas berkaitan dengan berbagai aspek seperti produk, jasa, individu, prosedur, dan lingkungan, yang menunjukkan tingkat kinerja yang memenuhi atau melampaui standar yang diantisipasi. Menurut *Lupiyoadi dan Hamdani* (2008:175), kualitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana karakteristik tertentu memenuhi persyaratan.

Sukoco dan Nilowardono (2009:92) menegaskan bahwa penilaian kualitas layanan memerlukan evaluasi proses produksi layanan, karena layanan disediakan melalui proses ini.

Menurut *Tjiptono* (2006:51) terdapat 3 macam prespektif kualitas, yaitu:

1. *Transcendental*

Konsep kualitas sering dianggap sebagai keunggulan yang melekat, ditandai dengan sifat subyektifnya yang menantang untuk diartikulasikan dan dimanfaatkan. Gagasan ini sering digunakan dalam ranah ekspresi artistik.

2. *Product-based approach*

Kualitas adalah karakteristik atau atribut yang dapat dilihat dan diukur. Variasi dalam standar suatu produk dapat dikaitkan dengan variasi dalam jumlah elemen atau atribut tertentu yang dimiliki produk tersebut.

3. *Manufacturing-based approach*

Konsep kualitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk atau layanan sesuai dengan persyaratan atau spesifikasi yang ditetapkan. Kualitas di sektor jasa sering dimotivasi oleh tujuan meningkatkan produktivitas dan meminimalkan biaya.

2.2.5 Pengertian Sistem Pelayanan

Menurut Poerwadar (2007:2) Sistem layanan mengacu pada pendekatan terstruktur untuk melakukan tugas. Integrasi sistem layanan merupakan elemen penting untuk keberhasilan pelaksanaan layanan. Sistem pelayanan terdiri dari dua komponen: Dalam ranah pelayanan publik, sangat penting untuk menetapkan seperangkat prosedur dan metode yang didukung oleh sistem informasi. Hal ini penting untuk memastikan pengoperasian layanan yang efisien. Signifikansi perilaku

layanan di antara personel dalam layanan pemerintah sangat disorot, karena sangat penting bagi personel layanan untuk menunjukkan profesionalisme, disiplin, dan penerimaan terhadap umpan balik pelanggan atau publik.

2.2.6 Pelayanan Karyawan

a. Pelayanan Karyawan

Menurut kamus bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai usaha sungguh-sungguh untuk memenuhi kebutuhan orang lain, sedangkan melayani berarti membantu dalam pengaturan kebutuhan pelanggan.

Cardy berpendapat bahwa layanan karyawan mengacu pada hasil dan prestasi yang dicapai oleh karyawan di tempat kerja. Ini mencakup pencapaian nyata baik dari segi kualitas maupun kuantitas, sebagaimana ditentukan oleh organisasi. Singkatnya, layanan karyawan mengacu pada produktivitas dan hasil yang dihasilkan oleh seorang karyawan sesuai dengan tanggung jawab yang ditetapkan dalam organisasi selama jangka waktu tertentu. Penyediaan layanan karyawan yang berkualitas merupakan elemen penting dalam upaya organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasionalnya. Tingkat layanan yang diberikan oleh seorang karyawan bergantung pada kemampuan individu mereka dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka.

b. Penilaian Pelayanan Karyawan

Menilai kinerja personel adalah elemen penting dalam meningkatkan produktivitas dan kemandirian organisasi, karena memungkinkan penerapan kebijakan dan program yang unggul untuk tenaga kerja saat ini dalam organisasi. Evaluasi layanan individu memiliki nilai yang signifikan dalam konteks pengembangan organisasi, karena memungkinkan identifikasi keadaan layanan karyawan saat ini. Penilaian kinerja karyawan, khususnya dalam industri jasa, secara ringkas dapat diringkas sebagai berikut:

1. Penyediaan layanan yang sejalan dengan kebijakan dan peraturan pemerintah ditekankan pada layanan yang kondusif, dengan karyawan mengutamakan kepatuhan terhadap kebijakan tersebut.
2. Disiplin mengacu pada kesadaran dan kesiapan individu untuk mematuhi semua kebijakan organisasi dan konvensi masyarakat yang relevan.
3. Tanggung jawab berkaitan dengan tindakan menerima pesan atau permintaan dan mengelola keluhan pelanggan eksternal.
4. Karyawan secara konsisten menunjukkan kecepatan dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, termasuk menjawab pertanyaan dan menyelesaikan keluhan pelanggan.

5. Pemberian sentuhan pribadi yang menyenangkan kepada personel yang berinteraksi langsung dengan pelanggan umumnya dianggap sebagai keramahan dan kesopanan. Praktik ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas penyampaian layanan di lini depan. Contoh faktor yang dapat berkontribusi pada kesan keseluruhan individu termasuk penampilan fisik mereka, isyarat nonverbal seperti bahasa tubuh, dan gaya komunikasi verbal mereka, yang dapat dicirikan oleh kesopanan, keramahan, dan ketangkasan.
6. Karyawan menjaga hubungan positif dengan pelanggan yang mereka layani dan rekan kerja mereka.
7. Karyawan organisasi menunjukkan respons yang cepat terhadap persyaratan pelanggan.
8. Konsep penampilan berkaitan dengan presentasi fisik seorang karyawan, yang dapat mencakup estetika yang menyenangkan atau standar, dengan tujuan menimbulkan daya tarik dan kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberikan.

2.2.7 Pentingnya Pelayanan

Layanan konsumen seringkali diabaikan oleh bisnis ritel, terutama yang beroperasi dalam skala kecil. Layanan pelanggan yang tidak memadai berpotensi menghambat operasi bisnis yang efisien, karena kualitas layanan merupakan penentu penting keberhasilan bisnis.

Menurut Fernandes dan Marlius (2018), dampak layanan tertentu terhadap kepuasan pelanggan patut diperhatikan. Namun, penting untuk dicatat bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat dicapai hanya melalui pemberian pelayanan yang baik. Pentingnya layanan untuk perusahaan disebabkan oleh berbagai faktor:

1. Produk / layanan ini cenderung diingat oleh konsumen. Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan faktor penting yang secara signifikan memengaruhi persepsi dan ingatan mereka akan pengalaman, karena mereka cenderung mempertahankan ingatan akan pertemuan yang sangat positif atau negatif.
2. Menunjukkan rasa peduli dan perhatian terhadap klien. Kepedulian bank terhadap nasabahnya dibuktikan dengan pemberian layanan nasabah yang optimal oleh departemen customer service. Dampak dari fenomena ini dirasakan di seluruh bisnis. Dapat dikemukakan bahwa ketika layanan pelanggan memberikan tingkat layanan yang tinggi, konsumen dapat menyimpulkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang unggul.
3. Strategi pemasaran yang sehat. Meningkatkan layanan dianggap sebagai salah satu taktik pemasaran untuk meningkatkan penjualan.
4. Dapatkan pelanggan baru. Penyediaan layanan yang memuaskan dapat mengarah pada rujukan dari mulut ke mulut yang positif, sehingga memungkinkan bank untuk mendapatkan pelanggan baru.

2.2.8 Pengertian *Customer Service*

Konsep layanan pelanggan mencakup berbagai kegiatan yang ditujukan untuk memastikan kepuasan pelanggan dengan menawarkan layanan yang secara efektif memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Fernos (2019), *customer service* memegang peranan penting dalam industri perbankan karena melibatkan interaksi langsung dengan nasabah.

Menurut penelitian Khotamin dan Dahlan (2018) tentang *Customer Service*, pelayanan mengacu pada upaya memenuhi kebutuhan orang lain. Layanan mengacu pada aktivitas tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen, yang merupakan penerima layanan dan tidak dapat memilikinya.

Kasmir (2003, 2016) berpendapat bahwa layanan pelanggan adalah usaha yang bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan menawarkan layanan yang memenuhi kebutuhan mereka. Sangat penting bagi perwakilan layanan pelanggan untuk secara konsisten membangun hubungan positif dengan klien dan memberikan layanan yang optimal untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap lembaga keuangan. Penyediaan layanan pelanggan oleh bank memerlukan pendekatan yang ramah dan persuasif untuk menarik pelanggan untuk menjalin hubungan yang langgeng dengan bank.

2.2.9 Fungsi *Customer Service*

Menurut Kasmir (2017:525) beberapa fungsi *customer service* antara lain yaitu:

1. Sebagai Resepsionis

Ini menyiratkan bahwa peran layanan pelanggan adalah untuk menyambut dan memperhatikan pengunjung. Tindakan menerima tamu mencakup melayani kebutuhan pelanggan. Dalam skenario ini, sangat penting bagi departemen layanan pelanggan untuk memberikan informasi yang komprehensif sambil menunjukkan perilaku yang bersahabat, ramah, dan sopan.

2. Sebagai Deskman

Ini menyiratkan bahwa perwakilan layanan pelanggan memahami dan mengakui pemberian bantuan kepada klien dengan beragam jenis aplikasi yang disajikan oleh pelanggan potensial dan yang sudah ada.

3. Sebagai Salesman

Ini menyiratkan bahwa peran layanan pelanggan memerlukan tanggung jawab penjualan produk. Dalam hal memberikan merchandise kepada klien potensial yang berkunjung. Dalam skenario ini, sangat penting bagi tim layanan pelanggan untuk memiliki kemampuan untuk membujuk dan menarik pelanggan potensial secara efektif untuk melakukan pembelian produk yang disajikan.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Ini memerlukan kemampuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan yang positif, yang mencakup keterampilan meyakinkan pelanggan untuk mempertahankan perlindungan mereka. Sebagai individu yang terlibat dalam komunikasi, ini memerlukan penyebaran informasi kepada pelanggan mengenai semua detail terkait.

2.2.10 Pengertian Loyalitas Nasabah

Kotler dan Keller (2016: 138) menjelaskan bahwa loyalitas menunjukkan janji teguh untuk mendapatkan atau menggunakan kembali komoditas atau kemudahan yang disukai di masa depan, terlepas dari adanya rangsangan situasional dan upaya pemasaran yang dapat mendorong perubahan perilaku konsumen.

Istilah "kesetiaan" dapat didefinisikan sebagai kualitas setia atau berbakti kepada orang, kelompok, atau tujuan tertentu. Rasa kesetiaan ini muncul secara spontan dan tidak dipaksakan, melainkan berasal dari pengakuan secara sadar akan pengalaman sebelumnya. Gagasan loyalitas pelanggan atau konsumen memprioritaskan perilaku pembelian, dimana sikap dan kecenderungan perilaku pelanggan terhadap pengadaan dan penggunaan produk berasal dari pengalaman sebelumnya.

2.2.11 Strategi Membangun Loyalitas

David (2006) memberikan definisi manajemen strategis sebagai penggabungan seni dan ilmu dalam perumusan, implementasi, dan penilaian keputusan lintas fungsional yang memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Langkah awal yang masuk akal dalam manajemen

strategis adalah memastikan visi, misi, tujuan, dan taktik organisasi saat ini. Organisasi mempertahankan kewaspadaan yang konstan atas lingkungan internal dan eksternalnya, termasuk tren, untuk segera menanggapi setiap penyesuaian yang diperlukan. Laju dan ruang lingkup transformasi yang berdampak pada organisasi telah menyaksikan lonjakan yang signifikan.

2.2.12 Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pensiun

a. Pengertian Strategi

Sesuai dengan pernyataan David (2011: 18-19), strategi mengacu pada mekanisme yang digunakan dalam hubungannya dengan tujuan jangka panjang untuk mencapai hasil yang diinginkan. Seperti yang dikutip Chandler dalam Persari et al (2018: 105), strategi berfungsi sebagai sarana untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang suatu organisasi dengan melaksanakan tindakan dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, seperti yang dinyatakan oleh Hamel dan Pharalad dalam karya Tania (2018:10), strategi mengacu pada proses intelektual dan berkelanjutan yang secara konsisten disempurnakan dan dijalankan dengan pertimbangan harapan pelanggan di masa depan. Menurut Rangkuti (2013:183), konsep strategi mencakup rencana yang komprehensif dan menyeluruh yang menguraikan cara-cara yang akan digunakan

perusahaan untuk mencapai semua tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menggambar pada perspektif ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tindakan yang disengaja atau instrumen yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia dalam parameter keadaan atau konteks lingkungan.

b. Manfaat Strategi

Perumusan rencana strategis dalam suatu organisasi memberikan banyak keuntungan, meliputi optimalisasi operasi organisasi, fasilitasi pertumbuhan positif, peningkatan prospek kelangsungan hidup, dan pencapaian keunggulan kompetitif atas entitas lain yang beroperasi di sektor yang sama. Seperti yang dikemukakan Dirgantoro dalam karya Tania (2018:7). Keuntungan menerapkan strategi di atas adalah:

1. Tujuan organisasi dikomunikasikan dan jalur untuk mencapainya ditentukan melalui sarana ini.
2. Untuk meningkatkan keuntungan finansial suatu organisasi, sangat penting untuk mengadopsi pendekatan strategis, karena peningkatan keuntungan tidak dijamin secara inheren.
3. Membantu dalam mengidentifikasi, memprioritaskan, dan memanfaatkan peluang.
4. Mengembangkan perspektif tentang pengelolaan masalah.

5. Dalam konteks ini, kerangka kerja dapat didefinisikan sebagai pendekatan terstruktur yang memberikan panduan dan arahan untuk meningkatkan koordinasi dan pengendalian kegiatan. Kerangka seperti itu biasanya melibatkan seperangkat prinsip, proses, dan alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan. Kerangka kerja tersebut harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan khusus dari organisasi atau konteks di mana kerangka tersebut diimplementasikan
6. Tindakan mengurangi dampak dan perubahan fenomena tertentu.
7. Pelaksanaan keputusan utama difasilitasi oleh keselarasan mereka dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
8. Kemampuan untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya secara efektif difasilitasi.
9. Membantu dalam mempromosikan perilaku terintegrasi.

c. Manajemen Strategi

Manajemen strategis, karena berkaitan dengan manajemen organisasi, mengacu pada seperangkat prinsip, metodologi, dan taktik utama yang sengaja dibuat untuk memfasilitasi praktik manajemen yang efektif. Praktik-praktik ini ditujukan untuk mencapai tujuan strategis organisasi. Sesuai dengan pernyataan Yunus (2016:4), manajemen strategis adalah proses pengambilan keputusan yang sistematis dan mencakup semua yang melibatkan penentuan strategi

implementasi oleh manajemen tingkat atas dan pelaksanaan selanjutnya oleh semua tingkat organisasi menuju pencapaian tujuan yang ditetapkan. Sesuai dengan pernyataan David dalam publikasi Mukhyi (2015:2), manajemen strategis adalah disiplin yang melibatkan pengembangan, pelaksanaan, dan penilaian resolusi antar departemen yang bertujuan untuk memfasilitasi pencapaian tujuan entitas.

Singkatnya, manajemen strategis mencakup proses pengambilan keputusan, merumuskan visi dan misi, menerapkan rencana untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, dan mengevaluasi hasil dari rencana atau kebijakan yang dilaksanakan.

d. Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah pendekatan sistematis untuk mengelola organisasi yang melibatkan pengembangan dan implementasi kiat, teknik, dan metode untuk mencapai tujuan yang digariskan dalam strategi organisasi. Yunus (2016:4) berpendapat bahwa manajemen strategis adalah proses pengambilan keputusan yang sistematis dan mencakup semua, dilengkapi dengan strategi implementasi yang tepat, dilakukan oleh manajemen atas dan dilaksanakan oleh semua tingkatan organisasi, dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Singkatnya, manajemen strategis mencakup proses pengambilan keputusan, merumuskan visi dan misi, dan menerapkan rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

b. Loyalitas

Istilah "kesetiaan" berasal dari kata sifat "setia", yang menunjukkan kepatuhan yang teguh dan berbakti kepada seseorang, kelompok, atau tujuan. Konsep loyalitas dapat diartikan sebagai manifestasi kesetiaan atau kepatuhan. Menurut buku Sandra Oliver (2007:2) tentang manajemen pemasaran jasa, loyalitas mengacu pada komitmen yang teguh dan tak tergoyahkan untuk berulang kali membeli atau memanfaatkan produk atau jasa di masa depan. Sesuai dengan definisi di atas, dapat dipahami bahwa loyalitas menunjukkan disposisi konsumen yang menguntungkan terhadap suatu produk, layanan, atau organisasi itu sendiri, bersamaan dengan janji untuk menggunakan produk atau layanan perusahaan dan mengadvokasikannya kepada pemangku kepentingan lainnya.

c. Nasabah

Istilah "pelanggan" mengacu pada individu yang membuat keputusan yang melibatkan atau mengecualikan seseorang dari membeli atau menggunakan suatu produk. Istilah "pelanggan" atau "pelanggan" berkaitan dengan individu.

Loyalitas pelanggan mengacu pada dedikasi yang kuat dan bertahan lama untuk memanfaatkan atau mendukung produk atau layanan yang

disukai di masa depan, terlepas dari kemungkinan faktor situasional dan praktik bisnis yang dapat mendorong pelanggan untuk beralih ke opsi alternatif.

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan patut diperhatikan. Mempertahankan kinerja keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan memerlukan pemeliharaan operasinya. Tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk memikat dan mempertahankan basis pelanggan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah sebagai berikut:

- a. Kepuasan
- b. Perilaku Kebiasaan
- c. Komitmen
- d. Kesukaan Produk

2.2.13 Tipe Pelanggan Yang Loyal

Menurut Pramudyo (2016) Sangat penting bagi perusahaan untuk menawarkan layanan yang memuaskan agar tetap kompetitif dan memastikan umur panjang mereka. Alasannya adalah penyediaan layanan yang memuaskan berpotensi menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau organisasi. Kemampuan perusahaan untuk memahami persyaratan dan preferensi pelanggan mereka sangat penting dalam memberikan layanan yang memuaskan. Selain mencapai kepuasan pelanggan, sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki

kemampuan untuk mempertahankannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi organisasi untuk memastikan klien mereka, memahami tingkat harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas, mengasimilasi taktik kualitas layanan pelanggan, dan memahami evaluasi pelanggan dan umpan balik yang menguntungkan mengenai kepuasan pelanggan.

2.2.14 Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin (2003:18), pelanggan dianggap setia jika mereka menunjukkan perilaku berikut:

1. Melakukan penggunaan jasa berulang secara teratur Nasabah akan menggunakan jasa secara terus-menerus.
2. Mengatakan hal positif Selain menggunakan jasa tersebut, nasabah juga akan mengatakan hal-hal positif mengenai produk/jasa yang telah ia gunakan.
3. Merekomendasikan kepada orang lain nasabah akan mengajak orang lain untuk menggunakan atau mencoba menggunakan jasa yang sama dengan dirinya.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing nasabah akan menganggap bahwa jasa yang ia gunakan adalah produk terbaik yang tidak ia bandingkan dengan produk pesaing.

2.2.15 Pengertian Nasabah Pensiun

Kimmel (sebagaimana dikutip dalam Prastiti, 2005) mengemukakan bahwa pensiun merupakan tonggak penting dalam

lintasan perkembangan individu, yang ditandai dengan transformasi sosial yang menonjol. Pensiunan dituntut untuk menghadapi perubahan dalam bentuk beradaptasi dengan keadaan yang tidak efektif, mengakhiri pekerjaan formal mereka, mengalami penurunan pendapatan, dan menghadapi peningkatan waktu senggang, yang bisa sangat meresahkan.

Hurlock (1996:417), telah menggolongkan pensiun menjadi dua yaitu:

- a. Sukarela, yaitu Individu yang bersangkutan memiliki keinginan untuk mengalokasikan sisa umur mereka untuk pengejaran yang lebih penting bagi mereka daripada pekerjaan mereka saat ini.
- b. Wajib, yaitu Individu yang terpaksa pensiun karena penerapan batas usia yang telah ditentukan sebelumnya oleh organisasi tempatnya bekerja, terlepas dari preferensi pribadinya.

Secara umum, masa pensiun Periode penghentian menunjukkan durasi di mana seorang karyawan tidak lagi terlibat dalam pekerjaan karena keputusan hubungan kerja mereka di organisasi di mana mereka telah mencapai ambang usia tertentu.

1. Jenis–Jenis Pensiun

Konsep pensiun dapat dibagi menjadi dua kategori utama, khususnya pensiun sukarela dan yang diatur oleh peraturan, seperti pensiun wajib atau wajib. Contoh pensiun sukarela terjadi ketika

seseorang berusaha untuk terlibat dalam pengejaran yang lebih terarah dalam hidup berbeda dengan pekerjaan mereka sebelumnya. Pernyataan tersebut menggambarkan contoh pensiun wajib, dimana skema pensiun ditentukan oleh kebijakan organisasi yang berlaku, terlepas dari kemauan atau kemampuan karyawan untuk terus bekerja.

2. Fase-Fase Penyesuaian Diri Pada Saat Pensiun

Proses beradaptasi dengan pensiun bisa jadi menantang. Menurut penelitian Robert (1983:89), ada tiga fase berbeda yang dilalui individu selama proses pensiun. Fase tersebut adalah: *Preretirementphase* (fase pra pensiun), *Retirementphase* (fase pensiun), *Endofretirement* (fase pra masa pensiun)

a) Fase Pra Pensiun (*Preretirementphase*)

Tahap saat ini dibagi menjadi dua komponen yang berbeda, khususnya: jarak jauh dan terdekat. Selama fase jarak jauh, pensiun dianggap sebagai periode yang jauh. Biasanya, tahap ini dimulai pada pekerjaan awal individu dan mencapai puncaknya saat individu tersebut mendekati masa pensiun. Selama fase proksimat, individu biasanya menyadari usia pensiun mereka yang akan datang dan harus melakukan adaptasi yang tepat. Sejumlah perusahaan telah memulai prakarsa kesiapan pensiun bagi anggota staf mereka yang akan menghadapi masa pensiun.

b) Fase Pensiun (*Retirement Phase*)

Proses pensiun biasanya dikategorikan ke dalam empat fase yang berbeda, dengan tahap awal biasanya disebut sebagai fase bulan madu. Fase ini biasanya bermanifestasi segera setelah individu memulai masa pensiun mereka. Individu yang memasuki fase ini biasanya mengalami perasaan gembira dan puas karena terbebas dari kendala kewajiban pekerjaan mereka. Selama fase ini, individu biasanya mulai mencari aktivitas alternatif, seperti aktivitas yang memfasilitasi pengembangan minat pribadi. Durasi fase ini bergantung pada bakat individu. Individu yang terlibat dalam pengejaran aktif dan tidak semata-mata mengandalkan pekerjaan sebagai dasar gaya hidup mereka biasanya mampu menyesuaikan dan mengembangkan aktivitas tambahan yang menyenangkan. Setelah berakhirnya fase awal, fase selanjutnya, biasanya disebut sebagai fase kekecewaan, terjadi kemudian. Selama tahap ini, individu yang telah pensiun mungkin mengalami perasaan depresi dan hampa. Selama fase khusus ini, individu dapat mengalami rasa kekurangan, yang dapat terwujud dalam berbagai bentuk seperti kehilangan otoritas, prestise, kedudukan sosial, stabilitas keuangan, tema pekerjaan, atau peraturan tertentu (Jacob, 1989: 29). Selain itu, proses pensiun akan bertransisi ke fase ketiga, yang biasa disebut fase reorientasi. Penting untuk mengadopsi perspektif yang lebih realistis ketika mempertimbangkan pengaturan hidup alternatif. Mereka mulai mencari pengejaran baru. Setelah

mencapai tahap ini, pensiunan akan bertransisi ke fase stabilitas, yang ditandai dengan pengembangan serangkaian kriteria untuk pemilihan aktivitas, yang memungkinkan mereka mencapai rasa kedamaian batin dan kepuasan dengan pilihan mereka.

c) Fase Pasca Masa Pensiun (*End of Retirement Role*)

Biasanya, tahap ini ditandai dengan timbulnya penyakit yang secara bertahap mengikis kesehatan seseorang, mengganggu kemampuan mereka untuk melakukan aktivitas hidup sehari-hari, dan mengakibatkan kemunduran keuangan yang signifikan. Setelah pensiun, seseorang digantikan oleh posisi individu yang lemah yang memerlukan ketergantungan pada orang lain.

3. Pengaruh Pensiun terhadap Individu

Menurut Rogers (sebagaimana dikutip dalam Prastiti, 2005), pensiun dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi individu.

a. Akibat positif pensiun

Masa pensiun memang dapat dan sering menghasilkan berbagai macam kepuasan. Bisa memberi kebebasan rutinitas, hilangnya stress akibat ketegangan pekerjaan yang dapat menyebabkan kesehatan mental lebih baik ketika pensiun. Lebih banyak waktu luang untuk mengerjakan hal-hal yang selama ini tidak sempat dikerjakan karena sibuk, dapat menyalurkan hobi.

b. Akibat negatif pensiun

Sementara pensiun dapat menawarkan kelegaan dari rutinitas monoton dan pekerjaan berat, itu juga dapat menyebabkan hasil negatif. Sebagai Parkinson et al. (1990) mengemukakan, waktu luang yang berlebihan dapat lebih merugikan daripada stres yang disebabkan oleh beban kerja yang berlebihan. Pengalaman pensiun dapat menimbulkan stres karena pelepasan posisi sosial seseorang yang menonjol, serta hilangnya status dan pengaruh yang terkait. Pensiunan dihadapkan dengan berbagai aspek pensiun, termasuk penghentian karir profesional mereka, pengurangan pendapatan, peningkatan kesadaran akan proses penuaan, penurunan kesehatan yang menyebabkan penurunan aktivitas, perubahan dalam hubungan interpersonal, dan pergeseran persepsi masyarakat tentang pensiun. Faktor-faktor ini dapat menimbulkan tantangan yang signifikan bagi para pensiunan. Pensiunan menyimpan skeptisisme mengenai kemampuan mereka untuk membangun gaya hidup yang memuaskan pasca pensiun tanpa menyerah pada efek negatif dari sindrom pensiun.

2.2.1 6 Pengertian Nasabah

Pelanggan adalah individu yang berulang kali mengunjungi lokasi tertentu untuk membeli barang atau peralatan tertentu. Menurut Krisni (2014), individu yang memanfaatkan jasa perbankan

untuk keperluannya sendiri atau bertindak sebagai perantara kebutuhan pihak lain biasa disebut dengan nasabah.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 1 Ayat (17) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang dimaksud dengan “nasabah” adalah orang pribadi atau badan yang memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh Bank. Peranan nasabah dalam industri perbankan sangat besar, karena dana yang disimpannya merupakan sumber modal utama bagi kegiatan operasional bank.

Sesuai pernyataan Saladin (1994), pelanggan adalah individu yang menyumbangkan sumber daya moneter sebagai konsumen. Peranan nasabah dalam industri perbankan sangatlah penting, karena dana yang disimpan nasabah merupakan sumber modal utama bagi kegiatan operasional bank.

2.2.17 Definisi Mempertahankan Nasabah

Banyak faktor yang berkontribusi terhadap profitabilitas dan ekspansi perusahaan yang berkelanjutan. Khususnya, kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam hal ini, karena konsumen yang puas lebih cenderung membeli kembali produk atau layanan, sehingga memperkuat aliran pendapatan perusahaan. (Kania: 2022), ada beberapa cara untuk mempertahankan nasabah/pelanggan:

1. Beri diskon atau hadiah
2. Memberikan pelayanan yang sangat baik
3. Survei pelanggan

4. Membuat komunitas
5. Menginformasikan produk baru
6. Fokus pada nasabah
7. Kode referral
8. Lebih personal kepada nasabah

2.2.18 Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pelayanan

2.2.18.1 Faktor Pendukung

Moerir (sebagaimana dikutip dalam Afdian, 2016) berpendapat bahwa keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik kepada masyarakat bergantung pada adanya faktor pendukung yang cukup dan efektif selama proses pelayanan. Masing-masing faktor ini memainkan peran yang berbeda namun saling bergantung dalam memastikan penyediaan layanan berkualitas tinggi. Konsekuensinya, keberadaan faktor-faktor tersebut secara simultan sangat penting dalam mencapai implementasi pelayanan yang optimal. Terdapat enam faktor yang mendukung pelayanan, yaitu:

1. Faktor kesadaran
2. Faktor aturan
3. Faktor organisasi
4. Faktor pendapatan
5. Faktor kemampuan
6. Faktor sarana pelayanan

2.2.18.2 Faktor Penghambat

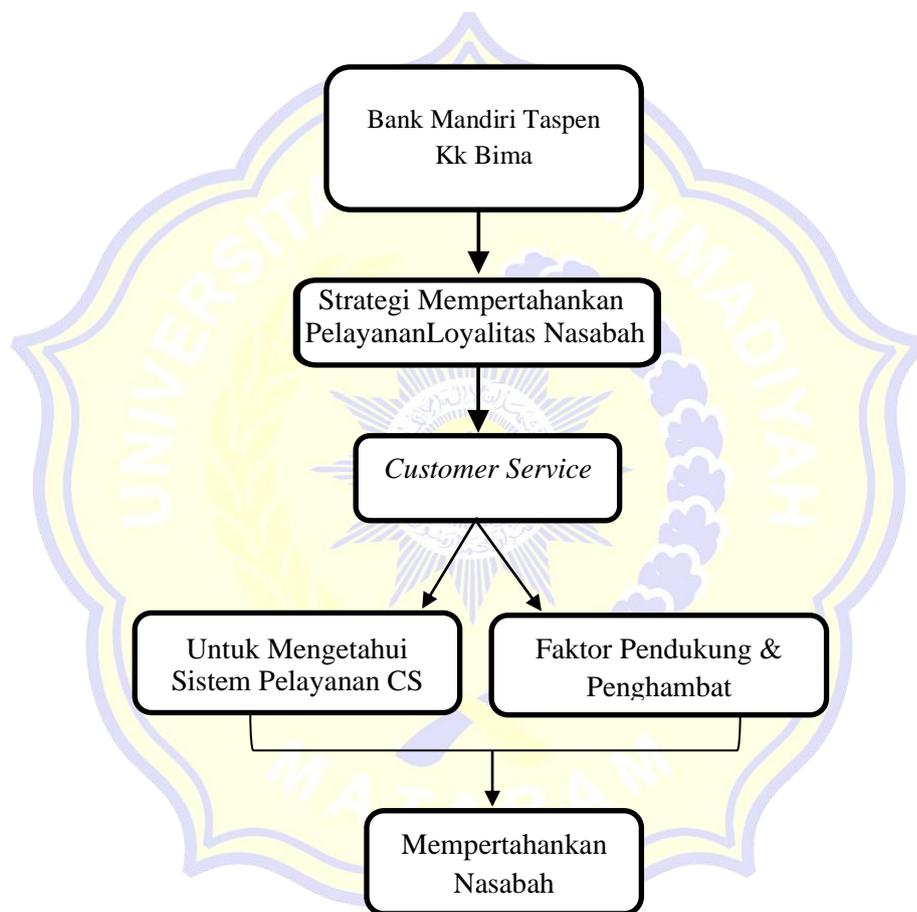
Disetiap tujuan yang baik, pasti akan kita temukan berbagai permasalahan atau hambatan, begitu pula dalam memberikan pelayanan. Berikut adalah beberapa hambatan-hambatan pelayanan menurut Elfrida (2015:16):

1. Konflik pertukaran kerja
2. Ambiguitas pertukaran kerja
3. Kurang kemampuan karyawan
4. Kurang teknologi penukung kerja
5. Kurang sistem pengawasan
6. Kurang pengendalian persepsi
7. Kurangnya kerja team

2.3 Kerangka Berpiki

Penelitian ini dilakukan di PT. Mandiri Taspen Kcp Bima. Adapun titik fokus dalam penelitian ini ialah menganalisis peran *Customer service* dalam mempertahankan loyalitas nasabah pensiunan. Peran *Customer service* menjadi salah satu faktor penting dalam upaya mempertahankan loyalitas nasabah pensiunan sehingga dalam penelitian ini akan menelaah sistem pelayanan *Customer service* serta faktor pendukung dan penghambatnya.

Memenuhi lebih dalam tentang sistem pelayanan *Customer service* serta faktor-faktor pendukungnya dipandang sangat penting ketika Bank ingin memertahankan loyalitas nasabah pensiunannya. Hal ini disebabkan oleh peran dari *Customer service* yang berinteraksi langsung dengan para nasabah.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan orientasi deskriptif. Meleong (2014:37) berpendapat bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena pengalaman subjek penelitian. Metode penelitian kualitatif melibatkan pemanfaatan observasi, wawancara, atau analisis dokumen untuk mencapai tujuan penelitian yang ditujukan untuk mengidentifikasi teori fundamental deskriptif melalui penggunaan bahasa dan kata-kata dalam latar alam yang beragam. Penelitian kualitatif adalah pendekatan sistematis yang menyelidiki masalah sosial yang berkaitan dengan kondisi manusia.

3.1.1 Tehnik Penentuan Informan

Menurut Suryanto (2011:171), informan merupakan sumber informasi penting yang dibutuhkan selama proses penelitian. Pemilihan partisipan penelitian dilakukan melalui purposive sampling. Istilah "bertujuan" berkonotasi pendekatan yang disengaja untuk pemilihan subjek, di mana individu dipilih berdasarkan tujuan khusus yang ingin dicapai, daripada dipilih melalui sistem stratifikasi, acak, atau alternatif.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah Karyawan *Customer Service* di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima yang berjumlah 1 orang, dan 2 orang nasabah yang menggunakan jasa perbankan tersebut.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Sampai selesai di lokasi Bank Mandiri Taspen Kcp Bima. Bertepatan di Bank Mandiri Taspen Jl. Soekarno Hatta Kel. Paruga Kec. Rasanae Barat, Kota Bima. NTB No. (0374) 6646224.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Data primer disebut sebagai data langsung di lapangan waktu penelitian, melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pihak Bank Mandiri Taspen Kcp Bimayang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Sumber sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Customer Service (CS)*.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Jenis data ini sudah ada sebagai hasil penelitian yang dilakukan oleh individu lain, dan mungkin memerlukan analisis ulang untuk melengkapi data primer atau objek penelitian. Data ini bisa diperoleh melalui dokumen-dokumen buku-buku, laporan laporan atau tulisan ilmiah

lainnya dan semua informasi serta dokumen yang berkaitan dengan *Customer Service*.

3.4 Tehnik Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang akan digunakan peneliti dalam melakukan peneliti pada Bank Bank Mandiri Taspen Kcp Bima diantaranya metode Observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.4.1 Observasi

Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai observasi langsung melibatkan penggunaan indera seseorang untuk mengumpulkan informasi tanpa bantuan instrumen konvensional. Dalam upaya rutin kami, kami secara konsisten menggunakan organ visual kami untuk melihat objek. Pengamatan adalah teknik penelitian mendasar yang memiliki arti penting yang signifikan.

Metodologi pengamatan ini mengharuskan peneliti membenamkan diri dalam kegiatan layanan pelanggan, khususnya menyelamatkan pelanggan dan pengguna layanan, untuk memfasilitasi pengamatan yang komprehensif. Peneliti akan membuat perencanaan kondisi-kondisi yang akan peneliti amati agar peneliti mendapatkan gambaran umum Bank Mandiri Taspen Kcp Bima serta bagaimana peranan *Customer Service* dalam mempertahankan nasabah atau pengguna jasa Bank Mandiri Taspen Kcp Bima agar tetap nyaman.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan sekelompok orang yang saling bertukar informasi atau ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara yang mengajukan beberapa pertanyaan langsung kepada pihak *Customer Service* baik secara lisan atau mendengarkan informasi yang diberikan dari pihak Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.

3.4.3 Dokumentasi

Teknik dokumentasi mengacu pada metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, mengelola, memilih, dan menyimpan informasi dalam bidang pengetahuan tertentu, dengan tujuan mendukung data penelitian. Teknik ini dapat mencakup penggunaan foto dan cara pengumpulan data lainnya.

3.5 Tehnik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang akan disusun dalam suatu kategori sehingga dapat mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono (2020:230).

3.5.1 Pengumpulan data

Sugiono (2020: 134) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, atau gabungan dari cara-cara

tersebut di atas, yang disebut juga dengan triangulasi. Proses pengumpulan data biasanya berlangsung selama beberapa hari atau bahkan berbulan-bulan, sehingga menghasilkan kumpulan data yang substansial dan akurat.

3.5.2 Reduksi Data

Fokus utama dari penelitian ini adalah pada data yang dipilih, yang kemudian diringkas untuk mendapatkan informasi yang kredibel. Informasi ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi tren dan tema, memungkinkan pengecualian data asing. Akibatnya, pemanfaatan data yang direduksi akan menghasilkan representasi yang akurat, dan memfasilitasi pencarian data yang diperlukan dalam penyelidikan ilmiah. Untuk mengidentifikasi masalah utama yang terungkap, penelitian harus dilakukan.

Proses pemilihan data dari berbagai sumber, antara lain wawancara dengan informan, dokumentasi, dan observasi lapangan Bank akan dilakukan oleh peneliti. Mandiri Taspen Kcp Bima memfasilitasi peneliti dalam mengatur informasi ke dalam dataset terstruktur, tidak termasuk data yang tidak relevan, sehingga memungkinkan peringkasan informasi terkait.

3.5.3 Penyajian Data

Peneliti menyajikan data yang telah direduksi kedalam laporan secara sistematis. Data disajikan dalam bentuk narasi berupa informasi mengenai bagaimana peranan *Customer Service* dalam

mempertahankan nasib pesiunan di Bank Mandiri Taspen Kcp Bima.

3.5.4 Kesimpulan

Kesimpulan Melalui proses penilaian kembali tujuan yang dimaksud, informasi yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik induktif untuk memperoleh data yang tidak memihak. Peneliti memastikan keakuratan kesimpulan mereka dengan merujuk silang mereka dengan reduksi dan penyajian data, sehingga memastikan bahwa kesimpulan tetap selaras dengan tujuan penelitian.

