



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 8 Nomor 1, 2025
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 27/02/2025
 Reviewed : 02/03/2025
 Accepted : 02/03/2025
 Published : 08/03/2025

**Ratu Nindy Alyssia
 Darmawan¹
 Robbikal Muntaha
 Meliala²
 George Wilhelm
 Bender³**

STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK CENTRAL ASIA TBK KANTOR CABANG PEMBANTU GADING RIVIERA JAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu (KCP) Gading Riviera, Jakarta Utara. Sebagai garda terdepan pelayanan, customer service memegang peran penting dalam menjaga loyalitas nasabah melalui komunikasi efektif, kepatuhan terhadap SOP, dan pelayanan prima yang meliputi dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Namun, masalah antrian panjang dan waktu pelayanan yang lama menjadi tantangan yang memengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Informan terdiri dari tiga pihak internal bank (kepala cabang, kepala bagian customer service, staf customer service) dan dua nasabah. Analisis dilakukan terhadap implementasi strategi komunikasi internal dan eksternal, serta elemen pelayanan prima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal, seperti morning briefing dan program roleplay, efektif dalam meningkatkan kesiapan staf. Strategi eksternal, seperti program call after service dan pembagian goodie bag, memberikan sentuhan personal yang diapresiasi nasabah. Pelayanan prima di BCA KCP Gading Riviera dinilai baik, terutama dalam aspek tangible, assurance, dan empathy, meskipun ada ruang untuk perbaikan, seperti pengelolaan antrian dan penanganan keluhan. Kesimpulannya strategi pelayanan customer service yang diterapkan telah meningkatkan kepuasan nasabah, namun optimalisasi fasilitas, percepatan layanan, dan pelatihan staf masih diperlukan untuk menghadapi persaingan dan memenuhi ekspektasi nasabah.

Kata kunci :BCA, Customer Service, Layanan, Kepuasan

Abstract

This study aims to analyze customer service strategies in increasing customer satisfaction at PT Bank Central Asia Tbk, Sub-Branch Office (KCP) Gading Riviera, North Jakarta. As the frontline of service, customer service plays an important role in maintaining customer loyalty through effective communication, compliance with SOPs, and excellent service which includes tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy dimensions. However, the problem of long queues and long service times is a challenge that affects customer satisfaction. The research used a descriptive qualitative approach, with data obtained through observation, in-depth interviews, documentation, and literature study. Informants consisted of three internal bank parties (branch head, head of customer service, customer service staff) and two customers. Analysis was conducted on the implementation of internal and external communication strategies, as well as elements of excellent service. The results show that internal communication strategies, such as morning briefing and roleplay program, are effective in improving staff readiness. External strategies, such as call after service programs and goodie bag

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika
 email:nindyalyssia72@gmail.com, robbikal.rtl@bsi.ac.id, george.gwn@bsi.ac.id

distribution, provide a personal touch that customers appreciate. Excellent service at BCA KCP Gading Riviera is considered good, especially in the aspects of tangible, assurance, and empathy, although there is room for improvement, such as queue management and complaint handling. In conclusion, the customer service strategy implemented has increased customer satisfaction, but optimization of facilities, acceleration of services, and staff training are still needed to face competition and meet customer expectations.

Keywords: BCA, Customer Service, Service, satisfaction

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan industri jasa yang bergerak di bidang keuangan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Sebagai lembaga yang dipercaya untuk mengelola dana pihak ketiga dari masyarakat, keberadaan bank sangat bergantung pada kualitas pelayanan prima yang diberikan kepada masyarakat, baik calon nasabah, nasabah baru, maupun nasabah tetap dan loyal (Cahya et al., 2021).

Sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada layanan jasa, bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai tujuan tersebut, bank harus menyiapkan karyawan yang memiliki integritas, inisiatif tinggi, responsivitas, serta kemampuan dalam menangani berbagai kebutuhan nasabah. Dalam hal ini, customer service berperan sebagai garda terdepan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (Cahaya & Jannah, 2023).

Citra positif bank sangat menentukan keberhasilan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Customer service memiliki peran penting dalam menjaga loyalitas nasabah, yang berasal dari berbagai latar belakang suku, budaya, dan agama. Keragaman ini menciptakan perilaku nasabah yang beragam, sehingga customer service perlu memahami kebutuhan dan preferensi masing-masing nasabah (Ayu & Srihandoko, 2021).

Seorang customer service yang memahami dasar-dasar pelayanan dengan baik akan mampu mengatasi berbagai kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan pemahaman yang tepat mengenai standar pelayanan, customer service dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara efektif (Sisilia, 2022).

Interaksi yang baik antara customer service dan nasabah menjadi faktor utama dalam memberikan pelayanan yang optimal. Interaksi ini mencakup komunikasi yang efektif serta pemahaman terhadap kebutuhan nasabah. Strategi peningkatan kualitas pelayanan customer service di PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera mencakup beberapa aspek, antara lain membantu nasabah mendapatkan solusi, menyediakan layanan komplain, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, serta menerima kritik dan saran untuk perbaikan layanan.

Pelayanan yang baik merupakan aspek krusial bagi PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera dalam mempertahankan kepuasan nasabah. Berdasarkan informasi dari Veronica Natasia, salah satu karyawan di kantor cabang tersebut, customer service harus mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP), seperti menyebutkan nama nasabah sebanyak tiga kali saat pembukaan atau penutupan layanan, menjaga kesopanan, berbicara dengan nada yang teratur, serta menyelesaikan transaksi dengan cepat namun tetap sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu, customer service juga diharapkan mengedukasi nasabah melalui survei kepuasan setelah bertransaksi.

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, yang pada akhirnya akan mendorong mereka untuk kembali bertransaksi serta merekomendasikan bank kepada orang lain. Namun, dalam praktiknya, pelayanan customer service masih menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan observasi peneliti, terdapat nasabah bernama Bapak Diky Suganda yang pada tanggal 21 Oktober 2024 merasa kecewa akibat antrian panjang yang disebabkan oleh keterbatasan jumlah customer service yang tidak sebanding dengan banyaknya nasabah yang datang.

Antrian yang panjang membuat nasabah merasa bahwa waktu mereka terbuang, sehingga perlu adanya upaya untuk mempercepat transaksi tanpa mengurangi ketelitian dan kepatuhan terhadap SOP. Dalam memberikan layanan, customer service membutuhkan waktu sekitar 15–20 menit per nasabah, sesuai dengan Standar Level Agreement (SLA), tergantung pada jumlah

transaksi dan kendala yang dihadapi nasabah. Setiap harinya, jumlah nasabah yang datang ke customer service PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera berkisar antara 40 hingga 60 orang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pelayanan customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul: “Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera Jakarta.”

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami strategi pelayanan customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera Jakarta. Data dikumpulkan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam dengan tiga key informan dari internal bank dan dua informan nasabah, serta dokumentasi dan studi kepustakaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman dan persepsi nasabah serta strategi komunikasi yang diterapkan oleh bank untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengolahan data dilakukan secara sistematis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai dengan model Miles dan Huberman. Reduksi data bertujuan untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menganalisis pola dan hubungan dalam data yang dikumpulkan guna memperoleh gambaran yang jelas mengenai efektivitas strategi customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi, termasuk triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sementara triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat analisis SWOT pada Strategi Pelayanan Customer service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera Jakarta, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel IV.1 Analisis SWOT

Faktor	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Sumber Daya Manusia	Staf terlatih dan berpengalaman, memberikan layanan berkualitas, pelatihan untuk meningkatkan kompetensi staf.	Ketergantungan pada beberapa karyawan senior, beban kerja tinggi, kemungkinan kelelahan staf, rotasi karyawan tinggi.	Pelatihan staf berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan, pengembangan kompetensi staf untuk efisiensi layanan.	Ancaman pergantian karyawan yang dapat mempengaruhi kualitas layanan, serta kesulitan dalam merekrut staf yang kompeten.
Pelayanan Cepat dan Efisien	Kecepatan dan efisiensi dalam pelayanan, respons cepat terhadap masalah nasabah, mempercepat penyelesaian masalah dan membangun citra	Potensi keterlambatan pada jam sibuk atau saat volume transaksi tinggi, tekanan pada sistem dan staf.	Penggunaan teknologi untuk meningkatkan kecepatan pelayanan dan mengurangi waktu tunggu, integrasi efisiensi dalam setiap aspek layanan.	Persaingan dengan bank lain yang menawarkan layanan lebih cepat dan efisien, ancaman ketidakpuasan nasabah terhadap kecepatan layanan.

Faktor	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
	profesional.			
Teknologi	Penggunaan teknologi modern seperti mobile banking dan perbankan online, mempercepat transaksi dan mengurangi antrian.	Beberapa nasabah kesulitan menggunakan teknologi, terutama yang kurang familiar dengan perangkat digital.	Peluang pengembangan layanan digital lebih lanjut dengan tutorial atau panduan pengguna yang lebih mudah, integrasi kecerdasan buatan.	Ketergantungan pada sistem yang bisa menyebabkan gangguan teknis, ancaman serangan digital yang dapat merusak reputasi dan kepercayaan nasabah.
Fasilitas Cabang	Desain interior modern, ruang tunggu nyaman, aksesibilitas yang mudah, citra profesional, kenyamanan nasabah.	Fasilitas terbatas untuk kenyamanan tambahan, seperti ruang khusus VIP atau ruang privat untuk konsultasi.	Peluang untuk memperbarui dan memperluas fasilitas cabang, menyediakan ruang untuk nasabah premium atau layanan tambahan.	Persaingan dengan bank lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap dan modern, nasabah mungkin memilih bank dengan fasilitas lebih sesuai.
Reputasi Bank	Reputasi yang sangat baik di kalangan nasabah dan masyarakat, dikenal sebagai bank yang aman, terpercaya, dan profesional.	Prosedur yang kadang dianggap rumit atau tidak efisien, seperti verifikasi data atau pengajuan pinjaman.	Peluang untuk memperkenalkan produk baru atau layanan inovatif yang memenuhi kebutuhan nasabah, memperkuat loyalitas.	Ancaman terhadap reputasi jika tuntutan nasabah tidak dipenuhi, citra bank yang dibangun bisa rusak jika kualitas layanan tidak konsisten atau prosedur tidak dipermudah.

Strategi komunikasi internal yang diterapkan dalam organisasi mencakup aliran informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*), umpan balik dari bawahan ke atasan (*upward communication*), komunikasi antar rekan kerja (*horizontal communication*), dan komunikasi lintas jabatan dan fungsi (*diagonal communication*). Dalam *downward communication*, informasi yang disampaikan melalui instruksi langsung, rapat rutin, dan dokumen tertulis seperti email dan memo terbukti efektif dalam mengomunikasikan kebijakan organisasi, arahan kerja, serta tujuan strategis. Namun, kendala yang muncul, seperti keterlambatan distribusi informasi dan kurangnya penjelasan mendalam mengenai tugas tertentu, perlu diatasi. Sebagai solusi, peningkatan pelatihan komunikasi bagi manajer dan pemanfaatan teknologi komunikasi modern, seperti aplikasi kolaborasi, dapat mempercepat penyampaian informasi secara real-time dan meningkatkan pemahaman karyawan.

Sementara itu, *upward communication* yang dilakukan melalui laporan mingguan, pertemuan internal, dan survei kepuasan kerja memberikan kesempatan bagi bawahan untuk menyampaikan masukan. Namun, banyak karyawan yang merasa lebih nyaman memberikan umpan balik secara anonim karena kesulitan menyampaikan keluhan secara langsung. Untuk meningkatkan keterbukaan, organisasi bisa mengadopsi sistem umpan balik anonim yang lebih terstruktur dan menciptakan budaya diskusi terbuka. Hal ini akan membuat karyawan merasa dihargai dan lebih terbuka dalam menyampaikan ide dan keluhan, sehingga manajemen bisa lebih responsif terhadap tantangan di tingkat operasional.

Horizontal communication, atau komunikasi antar sesama karyawan, terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi kerja, terutama melalui grup kerja, forum informal, dan alat komunikasi digital. Komunikasi horizontal mendorong kerja sama yang lebih baik dan memperkuat rasa kebersamaan di dalam tim. Namun, kurangnya waktu untuk pertemuan

informal menjadi hambatan, sebagaimana terungkap dalam wawancara dengan Ibu Veronica Natasia Widiastuti. Sebagai solusi, organisasi dapat menyediakan waktu khusus untuk kegiatan tim seperti Roleplay sesama tim atau sesi pengembangan bersama yang akan meningkatkan kolaborasi dan efektivitas tim.

Adapun diagonal communication, yang melibatkan komunikasi lintas jabatan dan fungsi, terbukti efektif untuk mempercepat penyelesaian tugas yang membutuhkan kerja sama antar departemen. Pemanfaatan teknologi seperti aplikasi manajemen tugas yang lebih optimal dapat meningkatkan aliran informasi antar departemen, mengurangi miskomunikasi, dan mempercepat penyelesaian tugas. Dengan mengintegrasikan teknologi ini, organisasi dapat memperbaiki koordinasi antar divisi dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Strategi komunikasi eksternal yang diterapkan di PT Bank Central Asia Tbk menunjukkan kualitas pelayanan prima yang berperan besar dalam membangun hubungan yang kuat dengan nasabah. Berdasarkan wawancara dengan nasabah individu dan perusahaan, program yang paling diminati dan dinilai efektif sebagai bentuk pelayanan prima di BCA cabang ini adalah Call After Service. Program ini dinilai sangat positif karena memberikan kesempatan bagi nasabah untuk memberikan penilaian langsung terhadap kualitas layanan yang diterima. Sebagai contoh, Bapak Ardi S.E. menyatakan, "Saya merasa dihargai karena setelah layanan selesai, saya dihubungi untuk memberikan umpan balik. Ini menunjukkan bahwa BCA benar-benar peduli dengan pengalaman saya dan ingin terus memperbaiki pelayanan mereka."

Selain itu, program pemberian Goodie Bag dan kalender tahun baru juga mendapat apresiasi, terutama karena memberikan sentuhan personal dan membuat nasabah merasa lebih dihargai, meskipun tidak sebanyak Call After Service. Namun, program Kredit Bunga Ringan yang ditawarkan pada acara BCA Expo juga sangat diminati, khususnya oleh nasabah yang membutuhkan fasilitas kredit, seperti KPR atau kredit kendaraan. Bagi nasabah perusahaan, program ini sangat relevan karena memberikan kemudahan akses kredit dengan bunga yang lebih rendah. Secara keseluruhan, Call After Service menjadi pilihan utama karena langsung melibatkan nasabah dalam proses peningkatan layanan, sementara program lainnya memberikan nilai tambah yang juga dihargai oleh nasabah, baik individu maupun perusahaan.



Gambar 1. Pemberian GOOdie Bag kepada nasabah



Gambar 2. Pemberian hadiah kepada nasabah pelayanan tertentu



Gambar 3. Program Goodie Bag bagi nasabah prioritas BCA



Gambar 4. Program KKB BCA

Dalam hal tangible, fasilitas yang ada sudah memenuhi standar dasar, meskipun ada peluang untuk meningkatkan kenyamanan nasabah, seperti menyediakan Wi-Fi gratis dan ruang tunggu yang lebih luas. Penampilan staf juga mendapat penilaian positif karena terlihat profesional dan rapi, yang menciptakan citra positif bagi perusahaan. Namun, dalam aspek reliability, meskipun kecepatan pelayanan umumnya baik, beberapa nasabah melaporkan adanya keterlambatan dalam pemrosesan dokumen, terutama saat jam sibuk. Pengelolaan waktu yang lebih baik dan penambahan sumber daya diperlukan untuk memastikan pelayanan yang lebih efisien dan tanpa penundaan.

Responsiveness yang ditunjukkan oleh staf juga sangat dihargai oleh nasabah, karena mereka selalu sigap merespons masalah dengan cepat. Namun, masih terdapat kebutuhan untuk pelatihan agar staf dapat menangani masalah yang lebih kompleks dengan solusi yang lebih cepat dan tepat.

Dalam hal assurance, sikap ramah dan sopan dari staf sudah memenuhi harapan nasabah, tetapi beberapa nasabah baru menginginkan penjelasan lebih mendalam mengenai produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat mengatasi hal ini dengan menyediakan materi informasi tambahan, seperti brosur atau video tutorial, untuk membantu nasabah lebih memahami produk dan layanan yang diberikan.

Empathy juga menjadi aspek penting yang dihargai oleh nasabah, dengan staf yang selalu peduli terhadap kebutuhan personal mereka. Untuk lebih meningkatkan pengalaman nasabah, perusahaan dapat terus mengembangkan pelatihan empati agar staf dapat memberikan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Secara keseluruhan, kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT Bank Central Asia Tbk cukup tinggi, meskipun ada beberapa area yang masih perlu perbaikan, seperti pengelolaan antrian dan penanganan keluhan yang lebih cepat. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kemampuan staf dalam memberikan jawaban yang cepat dan solusi yang efektif. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas komunikasi eksternal menjadi hal yang sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang didasari oleh kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil analisis, strategi komunikasi internal yang diterapkan dalam organisasi sudah cukup efektif, namun masih memerlukan perbaikan, terutama dalam hal keterbukaan umpan balik dan penyampaian kebijakan yang lebih jelas. Penggunaan teknologi dan pelatihan komunikasi lanjutan bagi staf dapat meningkatkan efektivitas komunikasi lebih lanjut.

Sedangkan dalam strategi komunikasi eksternal, kualitas pelayanan prima yang meliputi aspek tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Untuk terus meningkatkan kepuasan nasabah, perusahaan dapat fokus pada pengelolaan keluhan yang lebih cepat, peningkatan fasilitas, dan pelatihan staf agar lebih kompeten dalam memberikan pelayanan yang memuaskan.

PT Bank Central Asia Tbk memiliki berbagai kekuatan yang mendukung kualitas layanan customer service-nya. Salah satu kekuatan utama adalah staf yang terlatih dan kompeten, yang mampu menangani berbagai permintaan nasabah secara profesional dan efisien. Bank ini juga dikenal dengan kecepatan layanan yang tinggi, di mana proses transaksi dapat diselesaikan dengan cepat berkat sistem yang terintegrasi dan alur kerja yang terorganisir. Selain itu, pemanfaatan teknologi modern memungkinkan nasabah untuk menikmati layanan perbankan secara fleksibel, seperti aplikasi mobile yang mudah digunakan dan sistem antrian digital yang mempercepat proses layanan.

Reputasi bank yang baik juga menjadi kekuatan utama, karena memberikan kepercayaan kepada nasabah dan meningkatkan loyalitas mereka. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Ketergantungan pada karyawan senior yang berpengalaman dapat menjadi risiko apabila terjadi pergantian karyawan, yang berpotensi mengganggu kelancaran operasional dan kualitas layanan. Selain itu, selama jam sibuk, bank kadang menghadapi keterlambatan layanan, baik terkait antrian panjang maupun waktu verifikasi yang lebih lama.

Tantangan lainnya adalah kesulitan beberapa nasabah, terutama yang lebih tua, dalam mengoperasikan aplikasi digital, yang dapat mengurangi pengalaman mereka dalam bertransaksi dengan bank. Untuk mengatasi hal ini, terdapat berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan. Bank dapat terus mengembangkan pelatihan staf secara berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan teknis mereka, sehingga layanan dapat lebih responsif dan memuaskan.

Peningkatan fitur aplikasi mobile yang lebih ramah pengguna serta pengembangan fasilitas cabang yang lebih modern dan nyaman juga bisa menjadi peluang besar dalam meningkatkan kenyamanan nasabah. Namun, bank juga harus menghadapi beberapa ancaman, seperti persaingan yang ketat dengan bank lain yang menawarkan layanan lebih cepat dan efisien, serta risiko gangguan teknis yang bisa mempengaruhi kualitas layanan, misalnya jika aplikasi atau sistem mengalami masalah. Oleh karena itu, PT Bank Central Asia Tbk perlu terus berinovasi dan mempertahankan kualitas pelayanan agar tetap dapat bersaing di industri perbankan yang sangat dinamis ini.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang strategi pelayanan customer service di PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Gading Riviera, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Pertama, dalam strategi komunikasi internal, BCA menerapkan program roleplay untuk melatih keterampilan staf dalam mendengarkan dan merespons keluhan dengan cepat dan tepat. Selain itu, program morning briefing diadakan untuk memberikan informasi terbaru, instruksi, serta membahas tantangan pelayanan agar staf lebih fokus dan siap melayani nasabah dengan sebaik-baiknya.

Kedua, dalam komunikasi eksternal, BCA mengadakan beberapa program yang melibatkan nasabah secara langsung. Program call after service dilakukan untuk menilai kualitas layanan setelah transaksi, sementara pembagian goodie bag dan kalender tahun baru memberikan sentuhan personal yang membuat nasabah merasa dihargai. Program kredit bunga ringan yang diadakan saat BCA Expo juga diminati nasabah, karena memberikan keuntungan berupa suku bunga rendah.

Ketiga, BCA Kcp Gading Riviera telah memenuhi berbagai elemen kualitas pelayanan prima, seperti fasilitas yang baik, kecepatan pelayanan, responsivitas staf, dan komunikasi yang profesional. Nasabah merasa dihargai dan diperhatikan dengan baik oleh staf customer service. Meskipun kepuasan nasabah sudah cukup tinggi, ada beberapa area yang perlu diperbaiki,

seperti pengelolaan antrian dan penanganan keluhan. Untuk terus meningkatkan kepuasan nasabah, perusahaan perlu fokus pada perbaikan tersebut dan meningkatkan kompetensi staf melalui pelatihan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abijaya, A. (2021). Peranan Kepemimpinan dalam Organisasi: Studi Kasus Peran Pimpinan dalam Menjaga Soliditas Karyawan di PT. Nippon Indosari Corpindo. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 17–26.
- Aini, D. Q., & Irsyad, M. (2023). Edukasi Seks Melalui Metode Bercerita dengan Media Boneka Tangan. *Sinau*, 1, 239–246.
- Andraevi, R., Ismawanto, T., & Apriani, E. S. (2022). Peranan Customer Service Dalam Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Balikpapan Sudirman. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (Jmap)*, 1–6.
- Ayu, F. R. P., & Srihandoko, W. (2021). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 31–40.
- Boavida de Araujo, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Di Pelayanan Pendaftaran Rawat Jalan Rumah Sakit Regional Eduardo Ximenes Baucau Timor Leste Tahun 2022. *Jurnal Rekam Medis & Manajemen Infomasi Kesehatan*, 2(2), 29–39.
- Cahaya, L. A., & Jannah, N. (2022). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 53–70. <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i01.57>
- Cahaya, L. A., & Jannah, N. (2023). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 53–70. <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i01.57>
- Cahya, A. D., Widyastuti, M. L., & Fatharani, H. (2021). Peran Perbankan Dalam Pembiayaan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 138–149. <https://doi.org/10.24127/jf.v4i2.613>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran PPKn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKN*, 9(2), 99–113.
- Daffa, K. Van, & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 362–372. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>
- Dewi, R. P., & Wiyanti, D. (2024). Perlindungan Hukum Nasabah atas Peretasan Data Pribadi Ditinjau dari Undang-Undang. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 4(2), 95–100.
- Erlianti, D., Hijeriah, E. M., Suryani, L., Wahyuni, L., Sari, N., & Hartutik, D. (2024). Metodologi Penelitian: Teori dan Perkembangannya. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 2(2), 8–21.
- Fadilah, A., Hasibuan, I. H., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bisnis, D., Stebi, I., & Cikarang, M. (2022). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 2746–7058.
- Fauziah, H., Yusuf, I., Hudalil, A., & Mareta, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan La “ Diana Fashion Di Kramat Jati Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 215–228.
- Gemintang Putri, G., & Gofur, A. (2022). Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di KCP Bank Mandiri Cinere Depok. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 294(2), 294–300. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Handayani, S., Isnaini, D., & Afrianty, N. (2023). Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1467–1476.

Let me know if you'd like more to be reformatted or updated!