

**ANALISIS FUNGSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE*  
DALAM PELAYANAN NASABAH DI BANK TABUNGAN NEGARA  
(BTN) CABANG PEKALONGAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada STAIN Pekalongan  
Dalam Rangka Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md) Di Bidang Ilmu Perbankan Syariah**



Disusun Oleh

**DESI RAHMA HAYATI**  
NIM. 2012112020

ASAL BUKU INI :	Penulis
PENERBIT / BARRA :	
TGL. PENERbitAN :	A 28 - 09 - 2016
NO. KLASIFIKASI :	TA D-3 PBS 16.006 HAY-0
NO. INDIK :	16.12.006

**PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
(STAIN) PEKALONGAN  
2015**

## DEKLARASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DESI RAHMA HAYATI

NIM : 2012112020

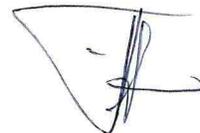
Prodi : D3 PERBANKAN SYARIAH

Menyatakan bahwa karya ilmiah/ Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS FUNGSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM PELAYANAN NASABAH DI BANK BTN CABANG PEKALONGAN” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti Tugas Akhir ini hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, Oktober 2015

Deklarator



Desi Rahma Hayati

NIM 2012112020

**Ahmad Syukron, M.Ei**  
Jl. Paesan 123 RT.03 RW. 07  
Kedungwuni Pekalongan

---

**Mansur Chadi Mursid, M.M**  
Jl. Menjangan No. 9 RT. 01 RW. 02  
Trayeman, Slawi-Tegal

---

**NOTA PEMBIMBING**

Lamp : 3 (empat) eksemplar  
Hal : **Naskah Tugas Akhir**  
**Sdr. Desi Rahma Hayati**

Pekalongan, 08 Oktober 2015

Kepada Yth.  
Ketua STAIN Pekalongan  
c/q. Ketua D3 Perbankan Syariah  
di –  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah tugas akhir saudara :

Nama : **Desi Rahma Hayati**  
N I M : **2012112020**  
Judul : **“Analisis Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan”**

Dengan ini saya mohon agar tugas akhir saudara tersebut dapat segera diujikan dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



Ahmad Syukron, M.Ei.  
NIP. 19711015200501003

Pembimbing II



Mansur Chadi Mursid, M.M  
NIP. 198205272011011005



**KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
(STAIN) PEKALONGAN**

Alamat : Jl. Kusuma Bangsa No. 9 51114 Telp. (0285) 412575-412572 Fax. 423418  
website : [www.stain-pekalongan.ac.id](http://www.stain-pekalongan.ac.id) / E-mail : [info@stain-pekalongan.ac.id](mailto:info@stain-pekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan  
mengesahkan Tugas Akhir saudari :

Nama : **DESI RAHMA HAYATI**  
NIM : **2012112020**  
Judul : **ANALISIS FUNGSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE*  
DALAM PELAYANAN NASABAH DI BANK TABUNGAN  
NEGARA (BTN) CABANG PEKALONGAN**

Yang telah diujikan pada hari Selasa tanggal 20 Oktober 2015 dan  
dinyatakan berhasil serta diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Ahli Madya (A.Md) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

**Dewan Penguji,**

Penguji I

**Agus Fakhрина, M.S.I**  
NIP. 19770123 200312 1 001

Penguji II

**Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19711223 199903 1 001

Pekalongan, 20 Oktober 2015

Ketua



**Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag**  
NIP. 19710115 199803 1 005

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat dan rasa cinta serta kasih sayang yang tulus, kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk orang-orang yang senantiasa mendo'akan kesuksesan saya dan memberikan semangat dalam hidup saya, khususnya untuk:

1. Kedua orang tua (Bapak M. Waris dan Ibu Siti Pariyah) yang dengan segala cinta, kasih sayang, limpahan doa dan pengorbanan, dan memberikan dukungan serta motivasi baik moril maupun materiil dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga karya ini mampu memberikan kebanggaan dan kebahagiaan.
2. Para dosen pembimbing, bapak Ahmad Syukron, M.Ei dan bapak Mansur Chadi Mursid, M.M, terima kasih atas bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Keluargaku tercinta (Mbak Hesti, dan Adik-adikku Imam, Kholiq dan Sokhi) yang selalu mamberikan keceriaan dalam hari-hariku.
4. Syarif Hidayatullah yang selalu mengisi hari-hariku dan memberikan kasih sayang serta menorehkan banyak senyuman manis.
5. Untuk sahabat-sahabatku (Anis, Yuli) serta teman-teman Mahasiswa D3 Perbankan Syariah Angkatan 2012/2013 yang tidak dapat kusebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu dan memberi *support*. *Thanks for all*.
6. Untuk teman-teman kosku semuanya di Wisma "Fatimah Az-Zahra" dan "Aisyah binti Abu Bakar"
7. Almamaterku tercinta STAIN Pekalongan.

## **MOTTO**

*“Apa yang kamu dapat sekarang adalah buah kerja keras kamu selama ini, jadi sekecil apapun itu yang perlu kamu lakukan adalah jalani, nikmati, dan syukuri. Pada posisi tertentu kamu akan tahu bagaimana caranya bersyukur sama Allah SWT.”*

*(Desi Rahma Hayati)*

## ABSTRAK

Hayati, Desi Rahma. 2015. Analisis Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Pekalongan. Tugas Akhir Jurusan/Program Studi: Syariah dan Ekonomi Islam/D3 Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan. Pembimbing: Ahmad Syukron, M.Ei dan Mansur Chadi Mursid, M.M.

Kata Kunci: Fungsi Komunikasi, *Customer Service*.

Perbankan merupakan lembaga intermediasi yang menjembatani atau mempertemukan antara pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana. Menurut Undang-undang No. 7 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Salah satu personal yang ikut berperan penting dalam operasional bank adalah *customer service*. Bagi sebuah bank, *customer service* adalah salah satu *frontliner* yang memiliki peranan penting. Fungsi *customer service* salah satunya adalah sebagai komunikator, yaitu sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. *Customer service* harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai segala sesuatu tentang bank sehingga informasi yang akan digali nasabah dapat diperoleh. Selain itu *customer service* juga sebagai penyambung lidah antara bank dan nasabah untuk itu kemampuan komunikasi sangat dibutuhkan *customer service* dalam pelayanan nasabah. Kemampuan komunikasi *customer service* sangat diperlukan dalam penyampaian informasi kepada nasabah. *Customer service* yang bertindak sebagai komunikator harus bisa memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi *customer service* kepada nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan dan bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang data-datanya diperoleh langsung dari Bank BTN Cabang Pekalongan. Sedangkan pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil wawancara dengan *customer service* dan manager operasional di Bank BTN Cabang Pekalongan dan data sekunder yang berupa laporan-laporan dari Bank BTN Cabang Pekalongan, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dimana hasil dari penelitian ini dijabarkan dalam bentuk narasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi yang terjadi antara *customer service* dan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan yaitu proses komunikasi tatap muka dan proses komunikasi bermedia. Proses komunikasi tatap muka, ketika komunikasi antar *customer service* dan nasabah

Bank BTN Cabang Pekalongan terjadi secara langsung berhadapan dan saat itu juga respon nasabah dapat diketahui oleh *customer service*. Komunikasi bermedia terjadi ketika *customer service* dan nasabah yang akan melakukan komunikasi tidak berhadapan secara langsung tetapi melalui media seperti telepon. Namun, dalam komunikasi bermedia *customer service* tidak bisa melihat secara langsung bagaimana respon nasabah karena tidak berhadapan. Sedangkan fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan adalah untuk menggali kebutuhan dan permasalahan nasabah, untuk menyampaikan informasi perusahaan, untuk *cross selling*, dan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan hidayah dan karunia-Nya, khususnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, sebagai upaya untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dalam ilmu Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan.

Adapun pembahasan dalam tugas akhir ini adalah Peran Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan. Penulis mengakui banyak hambatan dan kesulitan yang dialami dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tetapi berkat kerja keras, semangat, dorongan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, usaha tidak lepas dari bantuan moril dan fasilitas dari berbagai pihak yang membantu. Oleh karena itu perkenankanlah penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Ketua STAIN Pekalongan.
2. Bapak Drs. Ahmad Tubagus Surur, M.Ag selaku ketua jurusan Syariah STAIN Pekalongan.
3. Bapak, H. Ahmad Rosyid, M.Si selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
4. Ibu Isriani Hardini M.A, selaku dosen wali.

5. Bapak Ahmad Syukron, M.Ei dan bapak Mansur Chadi Mursid, M.M selaku dosen pembimbing.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga menjadikan saya mengerti tentang banyak hal.
7. Keluargaku tercinta, ibu, bapak, kakak dan adik-adik yang tanpa henti memberikan semangat serta do'a sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan lancar.
8. Syarif Hidayatullah yang telah banyak memberikan kenangan, dan yang selalu memberiku motivasi serta do'a.
9. Sahabat Terbaikku, Teman-temanku di program studi D3 Perbankan Syariah angkatan 2012.
10. Pihak Bank BTN Cabang Pekalongan yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Semua pihak yang telah memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat terselesaikan laporan tugas akhir ini.

Tanpa anda semua penulis bukanlah siapa-siapa, penulis sangat menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dai sempurna, sehingga saran dan kritik dari para pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga karya ini dapat memberikan mafaat bagi semuanya.

Pekalongan, Oktober 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN DEKLARASI .....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Penegasan Istilah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	8
F. Kerangka Teori .....	17
G. Metode Penelitian .....	21
H. Sistematika Pembahasan .....	25

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Komunikasi .....	27
1. Definisi Komunikasi .....	27
2. Unsur-unsur Komunikasi .....	28
3. Proses Komunikasi .....	29
4. Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....	33
5. Klasifikasi Komunikasi .....	36
6. Pola-pola Komunikasi .....	38
B. Konsep Dasar <i>Customer Service</i> .....	41
1. Definisi <i>Customer Service</i> .....	41
2. Peranan <i>Customer Service</i> .....	42
3. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i> .....	43
C. Konsep Dasar Pelayanan Nasabah .....	46
1. Definisi Pelayanan .....	46
2. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	46
3. Gap Komunikasi.....	49
4. Strategi Mewujudkan Layanan Prima .....	50

## BAB III GAMBARAN UMUM BANK BTN CABANG PEKALONGAN

A. Profil Bank BTN Cabang Pekalongan .....	53
1. Sejarah Bank BTN Cabang Pekalongan .....	53
2. Visi dan Misi Bank BTN Cabang Pekalongan .....	56
3. Nilai-nilai dan Budaya Bank BTN .....	57
4. Lokasi Bank BTN Cabang Pekalongan .....	58
5. Struktur Organisasi Pegawai Bank BTN Cabang Pekalongan ..	58
6. Produk dan Layanan Bank BTN .....	61
B. Tugas dan Wewenang <i>Customer Service</i> Bank BTN Cabang Pekalongan .....	69
1. <i>SOP Customer Service</i> Bank BTN dalam Pelayanan Nasabah...	70

2. Tanggungjawab <i>Customer Service</i> Bank BTN Cabang Pekalongan .....	74
C. Pelaksanaan Komunikasi <i>Customer Service</i> pada Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan .....	75
1. Sarana-sarana yang digunakan <i>Customer Service</i> dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan .....	76
2. Strategi Komunikasi <i>Customer Service</i> dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan .....	78

#### BAB IV ANALISIS FUNGSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM PELAYANAN NASABAH DI BANK BTN CABANG PEKALONGAN

A. Analisis Proses Komunikasi <i>Customer Service</i> dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan .....	80
1. Proses Komunikasi Tatap Muka .....	82
2. Proses Komunikasi Bermedia .....	83
B. Analisis Fungsi Komunikasi <i>Customer Service</i> dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan .....	84

#### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	91
B. Saran .....	92

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN-LAMPIRAN

#### RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Penulis dengan penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Milestone Bank BTN .....	55

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Pegawai Bank BTN Cabang Pekalongan ... 60

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga intermediasi yang menjembatani atau mempertemukan antara pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana. Menurut Undang-undang No. 7 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>1</sup> Dalam menjalankan operasionalnya, bank membutuhkan manajemen didalamnya. Salah satu personal yang ikut berperan penting dalam operasional bank adalah *customer service*.

Manusia adalah faktor penting dalam mensukseskan suatu pekerjaan.<sup>2</sup> Demikian juga dalam perbankan, *customer service* adalah salah satu bagian yang penting dalam meningkatkan kualitas perusahaan. *Customer service* memegang peranan sangat penting dalam dunia perbankan tugas-tugas utama *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah untuk menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan

---

<sup>1</sup>Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), hlm. 219.

<sup>2</sup>Al-Quran Surat An-Najm: 39 dan QS. Al-Baqarah: 202.

berbagai cara. Oleh karena itu informasi menjadi fokus utama yang harus diperhatikan untuk menjaga hubungan dengan nasabah.

Fungsi *customer service* salah satunya adalah sebagai komunikator, yaitu sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. *Customer service* juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.<sup>3</sup> *Customer service* harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai segala sesuatu tentang bank sehingga informasi yang akan digali nasabah dapat diperoleh. Kemampuan komunikasi *customer service* sangat diperlukan dalam penyampaian informasi kepada nasabah. *Customer service* yang bertindak sebagai komunikator harus bisa memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan baik.

*Customer service* yang harusnya dapat menjalankan perannya sebagai komunikator tapi yang terjadi sebaliknya, mereka tidak bisa mengkomunikasikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan baik, sehingga nasabah merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup dari *customer service*. *Customer service* yang tidak bisa menjalankan peran komunikasi inilah yang menyebabkan nasabah merasa kesulitan atau merasa dipersulit, hal ini tentu membawa pengaruh tidak baik bagi bank. Sebab, ketika nasabah merasakan suatu kekurangan terhadap bank, maka mereka akan menceritakan hal tersebut kepada orang lain. Sementara seperti yang diketahui, nasabah merupakan sumber

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm 183.

pendapatan bagi bank. Kehilangan nasabah menjadi suatu kerugian besar bagi bank.

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk., atau yang lebih dikenal dengan nama Bank BTN (selanjutnya disebut Perseroan) memiliki sejarah yang sangat panjang di industri perbankan di Indonesia. Bank BTN telah berdiri sejak tahun 1897 dengan nama Postspaarbank. Di era kemerdekaan, tepatnya tahun 1950 Pemerintah Republik Indonesia mengubah nama Postspaarbank menjadi Bank Tabungan Pos, dan kemudian berganti nama lagi menjadi Bank Tabungan Negara pada 1963.

Perseroan mencatatkan saham perdana pada 17 Desember 2009 di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi bank pertama di Indonesia yang melakukan sekuritisasi aset melalui pencatatan transaksi Kontrak Investasi Kolektif - Efek Beragun Aset (KIK-EBA). Sebagai Bank yang fokus pada pembiayaan perumahan, perseroan berkeinginan untuk membantu masyarakat Indonesia dalam mewujudkan impian mereka untuk memiliki rumah idaman. Keinginan ini ditunjukkan dengan konsistensi selama lebih dari enam dekade, dalam menyediakan beragam produk dan layanan di bidang perumahan, terutama melalui KPR, baik KPR Subsidi untuk segmen menengah ke bawah maupun KPR Non Subsidi untuk segmen menengah ke atas. Saat ini, perseroan fokus pada pembiayaan sektor perumahan melalui tiga produk utama, yakni KPR dan perbankan konsumen, perumahan dan perbankan komersial, serta perbankan syariah.

Setiap bidang menjalankan bisnis lewat pembiayaan, pendanaan serta jasa yang terkait dengan ruang lingkungannya.

Hingga 31 Desember 2014, perseroan memiliki total 65 Kantor Cabang, 223 Kantor Cabang Pembantu, 479 Kantor Kas, 22 Kantor Cabang Syariah, 21 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 7 Kantor Kas Syariah, 22 Payment Point, 1830 ATM di seluruh Indonesia, serta menyediakan akses jaringan lebih dari 43 ribu jaringan ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima, dan ATM ALTO, Kartu Debit BTN juga dapat digunakan di lebih dari 37 ribu jaringan ATM berlogo Prima, dan ATM berlogo ALTO. Salah satu kantor cabang Bank BTN adalah bank BTN Cabang Pekalongan. Bank BTN Cabang Pekalongan memiliki kredibilitas yang baik terbukti dari eksistensinya ditengah masyarakat selama kurang lebih 7 tahun (2008-2015). Selain itu penghargaan yang di terima bank BTN cukup banyak dari segi layanan diantaranya penghargaan *Service Excellence* kategori *2nd Best Customer Service* pada tanggal 13 Juni 2014 dari Infobank, Penghargaan Pembiayaan Perumahan Kategori Pelayanan Terbaik dalam Pembiayaan Perumahan Rakyat pada tanggal 28 Oktober 2014 dari Lembaga Residence Indonesia, Penghargaan *Service Excellence* Kategori *1st Best Phone Handling* pada tanggal 13 Juni 2014 dari Infobank dan sebagainya.<sup>4</sup> Dalam rangka meningkatkan pelayanan yang prima dan maksimal, sepanjang tahun 2014 telah dilakukan Rencana Kerja *Service Quality* 2014 dengan kegiatan diantaranya *Delivery and*

---

<sup>4</sup>Laporan Tahunan 2014 Bank BTN, hlm. 20.

*Implementation* yang salah satu kegiatannya *Best Frontliner Award* 2014/2015 yang diadakan untuk meningkatkan semangat berkompetisi di antara seluruh *frontliners* Bank BTN.<sup>5</sup>

Berangkat dari hal tersebut karena komunikasi *customer service* memegang peranan penting dalam operasional bank maka hal itu perlu dikaji lebih lanjut mengenai fungsi komunikasi *customer service* dalam melayani nasabah, selain itu peneliti ingin mengkroscek kembali di Bank BTN Cabang Pekalongan dan membuktikan bahwa bank BTN memang layak mendapatkan penghargaan-penghargaan tersebut.

Dari keterangan tersebut penulis mengambil judul “**Analisis Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana proses komunikasi *customer service* dalam memberikan pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan?
2. Bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan?

---

<sup>5</sup>*Ibid*, hlm. 98.

### C. Penegasan Istilah

Untuk membatasi masalah agar tidak melebar maka penulis membatasi beberapa istilah yaitu, sebagai berikut.

#### 1. Komunikasi

Secara umum komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun secara tak langsung melalui media.<sup>6</sup>

#### 2. *Customer Service*

*Customer service* dalam arti umum adalah orang atau bagian yang berhadapan langsung dengan pelanggan, selain *teller* dan *security*.<sup>7</sup>

Sedangkan *customer service* dalam bank berarti orang yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah.

#### 3. Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 5.

<sup>7</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 204.

<sup>8</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2007), hlm. 206.

#### 4. Nasabah

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>9</sup>

Jadi fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah adalah kegunaan komunikasi dari seorang *customer service* dalam proses penyampaian pesan atau informasi selama melayani kebutuhan nasabah.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami proses komunikasi *customer service* yang terjadi dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.
2. Untuk memahami fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan.

Dari tujuan diadakannya penelitian tersebut, maka diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan mengenai fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah.
2. Bagi praktisi perbankan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, serta memberikan masukan bagi para praktisi terutama pengelola bank untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di lingkungan kerjanya. Memberikan pengetahuan kepada pengelola dan manajer bank mengenai pentingnya fungsi

---

<sup>9</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), hlm. 952

komunikasi *customer service*, sehingga dapat menjadi pertimbangan para manajer untuk memberikan pelatihan atau pendidikan lebih di bidang komunikasi.

3. Bagi para akademisi dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian dan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya mengenai fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah.
4. Bagi Bank BTN Cabang Pekalongan dapat meningkatkan kualitas komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah dan agar dijadikan pertimbangan dalam memberikan pelatihan khususnya dibidang komunikasi *customer service*.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam penelitian ini penulis banyak mengumpulkan referensi guna menghasilkan sebuah karya ilmiah. Agar penelitian ini terfokus dan tidak mengulang penelitian yang sudah ada maka dilakukan *review* terhadap penelitian yang sudah ada, diantaranya yaitu:

Penelitian dari Abdul Manan (2013) dengan judul "*Nilai-Nilai Etika Komunikasi Customer Service dalam Pelayanan Nasabah (Studi Kasus di KJKS BMT Bahtera Group Cabang Warungasem, Batang)*".<sup>10</sup>

Dalam penelitian tersebut dijelaskan tentang nilai-nilai etika komunikasi dalam BMT Bahtera Cabang Warungasem. Persamaan dengan penelitian ini membahas mengenai komunikasi dan perbedaannya mengenai

---

<sup>10</sup>Abdul Manan, "*Nilai-nilai Etika Komunikasi Customer Service dalam Pelayanan Nasabah di KJKS BMT Bahtera Group cabang Warungasem Batang*", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2013).

permasalahan yang akan peneliti jabarkan yaitu fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Penelitian dari Sonia Monita dengan judul "*peran customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang*".<sup>11</sup> Dalam penelitian tersebut menjelaskan bagaimana peran seorang *customer service* yang sebenarnya dalam melayani nasabah untuk menghasilkan kepuasan nasabah. Persamaan penelitian ini yaitu pembahasan mengenai bagaimana peran dan tugas *customer service* dalam melayani nasabah dan perbedaannya yaitu permasalahan yang akan di jabarkan peneliti yang lebih mengerucut lagi mengenai komunikasi *customer service* yaitu bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Penelitian dari Umifah Oktania (2009) dengan judul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU (Syirkah Muawanah Nahdlatul Ulama) Kota Pekalongan*"<sup>12</sup> persamaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pembahasan mengenai komunikasi. Perbedaannya adalah pembahasan yang akan peneliti jabarkan yaitu mengenai fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah dan terdapat aspek *customer service* di bank BTN Cabang Pekalongan.

---

<sup>11</sup>[http://blog.binadarma.ac.id/magister\\_manajemen/wpcontent/uploads/2012/12/Sonia-Monita.pdf](http://blog.binadarma.ac.id/magister_manajemen/wpcontent/uploads/2012/12/Sonia-Monita.pdf), Diakses pada tanggal 15 Desember 2014, pukul 9: 57 WIB.

<sup>12</sup>Umifah Oktania, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU (Syirkah Muawanah Nahdlatul Ulama) Kota Pekalongan*", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2009).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Romdhiana Larasati (23605027) dengan judul "*Manajemen Jasa Pelayanan Pada Customer Service Di BSM Cabang Pekalongan*".<sup>13</sup> Persamaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pembahasan mengenai pelayanan *customer service*, sedangkan perbedaannya yaitu permasalahannya yang dibahas dalam penelitian, permasalahan yang akan peneliti jabarkan yaitu bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Dari penelitian dari Amna Diana dan Johny Lumolos yang berjudul "*Peranan Komunikasi Organisasi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan di Kecamatan Bolaang Itang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara*".<sup>14</sup> Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai peranan komunikasi organisasi dalam peningkatan kualitas pelayanan, serta dampak kepuasan komunikasi organisasi terhadap proses Pelayanan. Persamaan dengan penelitian ini membahas mengenai peran komunikasi dan perbedaannya yaitu permasalahan yang dibahas dalam penelitian, permasalahan yang akan dijabarkan yaitu fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Penelitian terdahulu dari Widya Erdina Sandra (2010) dengan judul "*Peranan Customer Service dalam Aktivitas CRM untuk Meningkatkan*

---

<sup>13</sup>Putri Romdhiana Larasati, "*Manajemen Jasa Pelayanan Pada Customer Service di BSM Cabang Pekalongan*", *Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah* (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2008), hlm. ix.

<sup>14</sup><https://www.google.co.id/#q=peran+komunikasi+dalam+kepuasan+informasi&start=10>, Diakses pada tanggal 20 April 2015 pukul 11:45 WIB.

*Loyalitas Nasabah Bank ICB Bumiputera Cabang Semarang*<sup>15</sup> persamaan dengan penelitian ini yaitu pembahasan mengenai peran *customer service* dalam keterkaitan dengan nasabah dan perbedaannya terletak pada pembahasan yang akan dijabarkan oleh peneliti yaitu bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Penelitian dari Ratna Maulidi dengan judul “Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi *Customer Service* (Studi Kasus Nokia Care Centre Bimasakti Semarang)<sup>16</sup> persamaan penelitian ini adalah pembahasan mengenai komunikasi *customer service* dan perbedaannya yaitu terletak pada permasalahan yang akan dijabarkan peneliti yaitu bagaimana fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah.

Untuk lebih jelas lagi mengenai kajian riset terdahulu, berikut tabel perbandingan riset terdahulu:

---

<sup>15</sup>Widya Erdina Sandra, “Peranan *Customer Service* dalam Aktivitas CRM untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank ICB Bumiputera Cabang Semarang”, Tugas Akhir D3 Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, (Semarang: 2010).

<sup>16</sup>Ratna Maulidi, “Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi *Customer Service* (Studi Kasus Nokia Care Centre Bimasakti Semarang)”, Skripsi S1 Ilmu Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Diponegoro, (Semarang: 2007).

Tabel 1.1

## Perbandingan Penelitian penulis dengan penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis dan Pendekatan Penelitian	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Abdul Manan (2013)	“Nilai-Nilai Etika Komunikasi <i>Customer Service</i> dalam Pelayanan Nasabah (Studi Kasus di KJKS BMT Bahtera Group Cabang Warungasem, Batang”	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode Deduktif dan Induktif	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam pelayanan nasabah mempunyai standar komunikasi yang <i>etis</i> dan mempunyai pokok dalam melakukan komunikasi dalam pelayanan nasabah. <i>Customer service</i> BMT Bahtera cabang Warungasem juga selalu memiliki motivasi kerja yang kuat dalam dirinya dalam melakukan komunikasi dengan nasabah, mampu bersikap <i>friendship</i> dengan para nasabah maupun <i>stakeholder</i> , memiliki <i>personal morality</i> yang bagus dan bertanggung jawab.	perbedaannya mengenai permasalahan yang akan peneliti jabarkan yaitu fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

2.	Sonia Monita	“Peran <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang”.	Kuantitatif	Observasi, Wawancara dan Kuesioner.	Uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa daya tanggap <i>customer service</i> Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang dalam melayani nasabah masuk kategori cukup baik dan perlu untuk ditingkatkan.	perbedaannya yaitu permasalahan yang akan dijabarkan peneliti yang lebih mengerucut lagi mengenai komunikasi <i>customer service</i> yaitu bagaimana fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.
3.	Umifah Oktania (2009)	“Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU (Syirkah Muawanah Nahdlatul Ulama) Kota Pekalongan.”	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode deduktif dan Induktif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi kinerja manajemen pemasaran memiliki predikat baik. Adapun kinerja pemasaran BMT SM NU dapat dilakukan dengan strategi komunikasi pemasaran dan pengukuran kepuasan yang menyebabkan loyalitas nasabah ditandai dengan pengembangan produk baru, meningkatnya jumlah nasabah dan perluasan jaringan BMT SM NU Kota Pekalongan.	Perbedaannya adalah pembahasan yang akan peneliti jabarkan yaitu mengenai fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah dan terdapat aspek <i>customer service</i> di bank BTN Cabang Pekalongan.

4.	Putri Romdhiana Larasati (2008)	Manajemen Jasa Pelayanan Pada <i>Customer Service</i> Di BSM Cabang Pekalongan	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode deduktif dan Induktif	Diterapkannya pelayanan prima di BSM Cabang Pekalongan adalah dengan tujuan menarik nasabah. Disini tidak sekedar perilaku saja yang menjadi prinsip pelayanan di BSM Cabang Pekalongan, akan tetapi unsur penting lainnya adalah sumber daya, proses kerja dan bukti fisik, adapun faktor penghambat pelayanan prima di BSM Cabang Pekalongan adalah sikap yang kurang ramah yang ditampilkan oleh karyawan BSM Cabang Pekalongan pada bagian <i>customer service</i> .	perbedaannya yaitu permasalahannya dibahas dalam penelitian, permasalahan yang akan peneliti jabarkan yaitu bagaimana komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.
5.	Amna Diana dan Johnny Lumolos	"Peranan Komunikasi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan di Kecamatan Bolaang Itang Barat Kabupaten	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode deduktif dan Induktif	Hasil penelitian menunjukkan aparaturnya pemerintah merupakan motor penggerak dalam pengembangan komunikasi organisasi, tanpa adanya peran aparaturnya pemerintah maka proses komunikasi organisasi tidak akan dapat berjalan sebagaimana yang kita harapkan, dan salah satu upaya penting dari proses komunikasi organisasi adalah perlu menciptakan sistem	perbedaannya yaitu permasalahan yang dibahas dalam penelitian, permasalahan yang akan dijabarkan yaitu fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

						<p>pelayanan yang baik. Dampak kepuasan komunikasi dalam proses pelayanan. Kepuasan komunikasi organisasi dalam kaitan dengan proses pelayanan adalah kepuasan yang menunjukkan baik tidaknya informasi yang tersedia dapat memenuhi persyaratan dalam proses pelayanan. Hal yang penting dalam proses komunikasi organisasi adalah bagaimana aparatur/pegawai dapat melaksanakan kegiatan pelayanan secara baik, yaitu dengan ketepatan waktu, tidak berbelit-belit, tidak birokratis, ada kepastian pelayanan, biayanya pelayanan murah, dapat dijangkau oleh seluruh anggota masyarakat.</p>	
6.	Widya Erdina Sandra(2010)	Peranan Customer Service dalam CRM untuk Meningkatkan Loyalitas	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode deduktif dan Induktif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Service berperan penting dalam kelangsungan perusahaan dan untuk menjamin kualitas penyelenggaraan pelayanan, maka <i>customer service</i> Bank ICB Bumiputera mengimplementasikan konsep</p> <p>perbedaannya terletak pada pembahasan yang akan dijabarkan oleh peneliti yaitu bagaimana fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan</p>	

								nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.	
7.	Ratna Maulidini (2007)	Nasabah Bank ICB Bumiputera Cabang Semarang	Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi Customer Service (Studi Kasus Nokia Care Centre Bimasakti Semarang)	Jenis Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif	Observasi dan Wawancara	Metode deduktif dan Induktif	CRM dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah. Empat aktivitas CRM yang dilakukan yaitu <i>Identify, Acquire, Retain, dan Develop</i> . Faktor penyebab terjadinya campur kode terbagi atas dua faktor yaitu faktor kebahasaan dan non-kebahasaan. Faktor kebahasaan utama penyebab terjadinya campur kode adalah 'low frequency of word' yaitu menghindari pemakai kata atau istilah yang jarang didengar oleh orang lain sehingga lawan tutur mudah memahami makna yang akan disampaikan oleh penutur. Faktor non-kebahasaan penyebab utama terjadinya campur kode yaitu campur kode digunakan untuk mengekspresikan intelektualitasnya dan tingginya pengetahuan yang dimiliki kepada orang lain.	perbedaannya yaitu terletak pada permasalahan yang akan dijabarkan peneliti yaitu bagaimana fungsi komunikasi <i>customer service</i> dalam pelayanan nasabah.	

## F. Kerangka Teori

Kata atau istilah komunikasi berasal dari kata *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama, yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk mencapai kebersamaan.<sup>17</sup> Menurut Effendy secara umum komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun secara tak langsung melalui media.<sup>18</sup>

Definisi dari Hovland, Janis, dan Kelley menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang terjadi antara satu orang dengan orang-orang lainnya. Definisi ini juga memberikan penekanan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.<sup>19</sup> Peran komunikasi adalah penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan data, gambar yang dibutuhkan dari orang yang mempunyai status kedudukan tertentu agar dapat mengerti dan berinteraksi secara jelas tentang kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Jika komunikasi dipandang lebih luas, maka artinya tidak hanya sebagai pertukaran berita dan pesan-pesan,

---

<sup>17</sup>Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 20.

<sup>18</sup>Effendy, *op. Cit.*

<sup>19</sup>Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, *Loc. Cit.*, hlm. 23.

melainkan sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide.<sup>20</sup>

Secara umum *customer service* adalah orang atau bagian yang berhadapan langsung dengan pelanggan, selain *teller* dan *security*. *Customer service* dalam bank berarti orang yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah. *Customer service* memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan. Tugas utama *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat, juga dalam melayani para nasabah berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu menjaga nasabah lama agar tetap setia. Oleh karena itu tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.<sup>21</sup> Untuk itu peran komunikasi *customer service* sangat dibutuhkan dalam hal penyampaian informasi kepada nasabah agar tujuan untuk menciptakan kepuasan informasi nasabah dapat tercapai.

Peran komunikasi yang dilakukan *customer service* dapat terlihat ketika mereka berinteraksi dengan nasabah. Perasaan apa yang dirasakan nasabah setelah berinteraksi dan menerima informasi yang diberikan *customer service*. Jika *customer service* bisa memenuhi kebutuhan informasi nasabah bahkan melebihi dari apa yang dibutuhkan nasabah maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan informasi yang

---

<sup>20</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 65-66.

<sup>21</sup> Kasmir, *op.cit.*, hlm 181-183

(nasabah).<sup>22</sup> Kepuasan informasi nasabah biasanya mengacu pada tingkat pelayanan informasi yang ia alami saat berurusan dengan bank dan personilnya, baik secara tatap muka maupun lewat telpon. Hal ini berkaitan dengan bagaimana seorang nasabah ditangani dan diperlakukan, bagaimana dalam penanganan keluhan-keluhan, bagaimana dia berinteraksi dengan staf dan pengalamannya dalam mendapatkan informasi selama ini.

Cara komunikasi baik secara verbal maupun non verbal yang dilakukan oleh *customer service* akan sangat berpengaruh kepada pembentukan citra dari pada suatu organisasi ataupun perusahaan. Jika cara komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* bertujuan untuk memaksakan kehendaknya saja, dan tidak menghargai nasabah dengan baik, tidak mendengarkan apa yang menjadi keluhan serta harapan dari nasabah, maka hal ini akan berpengaruh kepada citra organisasi, sehingga citra yang terbentuk dibenak nasabah adalah organisasi atau perusahaan yang negatif. Lantas selanjutnya nasabah lebih senang mencari alternative lain untuk mendapatkan pelayanan dari pihak lain, dimana cara komunikasi yang dilakukan oleh *customer servicenya* dirasakan lebih baik dan sesuai dengan keinginan nasabah tersebut. Cara komunikasi non verbal pun tak luput dari perhatian para nasabah. Komunikasi non-verbal seperti tatapan mata, ekspresi wajah, gerakan tangan, gerakan tubuh, nada suara, cara berpakaian akan sangat menentukan bagi keberhasilan seorang

---

<sup>22</sup>Kasmir, *Op.cit*, hlm. 23

*customer service* dalam memberikan penjelasan atau pemahaman bagi para nasabah yang bertanya.<sup>23</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Dari penelitian ini akan diperoleh suatu data deskriptif yang menggambarkan suatu karakteristik mengenai populasi atau bidang tertentu.<sup>24</sup> Dalam hal ini penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai peran komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah dalam bentuk kalimat dan paragraf sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan berupa uraian tentang fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) artinya data-data yang diperoleh melalui studi lapangan dengan mengambil dari berbagai literatur yang terkait

---

<sup>23</sup><http://lebayerskapsel.blogspot.com/2010/06/cara-komunikasi-customer-service-dalam.html>, tanggal 10 April 2015 pukul 10:53 WIB

<sup>24</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1993), hlm. 5.

dengan rumusan masalah kemudian hasil penelitian tersebut dilengkapi dengan data yang diperoleh dari studi pustaka.<sup>25</sup>

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subyek atau pelaku sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>26</sup> Jenis data primer ini berupa hasil wawancara langsung dan pengamatan langsung dengan *customer service* bank BTN Cabang Pekalongan yang ada kaitannya dengan penulisan tugas akhir ini.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.<sup>27</sup> Data sekunder juga data yang mendukung pembahasan dan diperoleh dari orang lain, baik berupa laporan-laporan, buku-buku yang dipandang relevan dengan fokus penelitian ini. Melalui metode ini penulis mendapatkan data-data seperti modul gambaran umum tentang bank BTN Cabang Pekalongan dan laporan tahunan Bank BTN Cabang Pekalongan.

---

<sup>25</sup>*Ibid*, hlm. 8.

<sup>26</sup>*Ibid*, hlm. 91.

<sup>27</sup>Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, cet. ke-2, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm 82.

### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala dalam objek penelitian.<sup>28</sup> Tujuan observasi adalah mendeskripsikan *setting* yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas dan makna kejadian yang dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut.<sup>29</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang bank BTN Cabang Pekalongan secara langsung melalui pengamatan penulis mengenai kondisi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah.

#### b. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara merupakan metode penelitian dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan langsung secara lisan. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewee*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>30</sup>

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab

---

<sup>28</sup>Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PustakaSetia, 2009), hlm.134.

<sup>29</sup>*Ibid.*, Hlm. 134.

<sup>30</sup>Lexy J.Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 186

kepada bagian-bagian yang terkait dengan tema yang diangkat di bank BTN Cabang Pekalongan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat. Wawancara dilakukan kepada *customer service* dan Manager Operasional untuk mengetahui bagaimana fungsi komunikasi *customer service* di bank BTN Cabang Pekalongan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai bukti untuk suatu pengujian dan pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. Yaitu dengan cara mencari data mengenai hal-hal yang berupa buku, agenda, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan *customer service* di bank BTN Cabang Pekalongan.

4. Metode Analisis Data

a. Metode Analisis Data Induktif

Metode Analisis Data Induktif yaitu suatu metode yang berangkat dari fakta atau peristiwa konkrit atau khusus kemudian ditarik suatu generalisasi yang bersifat umum.<sup>31</sup> Dari hasil pengamatan penulis akan menggambarkan keadaan secara umum tentang peran komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan.

---

<sup>31</sup>Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1993), hlm. 193.

b. Metode Analisis Data Deskriptif

Penulisan penelitian ini dilihat dari pendekatannya penulis menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti struktur kelompok, manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada peristiwa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.<sup>32</sup> Melalui metode ini penulis, berusaha menjawab rumusan masalah yang data-datanya diperoleh dari hasil observasi, interview dan dokumentasi tentang fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di bank BTN Cabang Pekalongan.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang arah dan tujuan penulisan, maka secara garis besar dapat dibagi menjadi 5 pokok pembahasan yaitu sebagai berikut.

BAB I; Pendahuluan, dalam bab ini berisi: Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Penegasan Istilah, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

---

<sup>32</sup> Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63.

BAB II; Landasan Teori, dalam bab ini penulis menerangkan tentang konsep dasar komunikasi, konsep dasar *customer service* dan pelayanan nasabah

BAB III; Gambaran Umum Objek Penelitian (Bank BTN Cabang Pekalongan) dalam bab ini penulis menerangkan tentang; Profil Bank BTN Cabang Pekalongan, Uraian Tugas dan Wewenang *Customer Service* di bank BTN Cabang Pekalongan dan Pelaksanaan Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan.

BAB IV; Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian, membahas tentang penelitian yang dilakukan penulis di bank BTN Cabang Pekalongan dan berkaitan dengan Proses dan Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan.

BAB V; Penutup, dalam bab ini menjelaskan kesimpulan menyeluruh sesuai dengan topik penelitian dan kemudian menguraikan saran yang relevan dengan kesimpulan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah penulis teliti mengenai fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan adalah sebagai berikut:

1. Proses komunikasi *customer service* yang terjadi dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan adalah dengan proses komunikasi tatap muka atau langsung yaitu *customer service* langsung berhadapan muka dan *customer service* langsung dapat mengetahui tanggapan nasabah secara langsung pada saat itu juga, dan proses komunikasi bermedia. Proses komunikasi bermedia bisa dijadikan komunikasi alternatif dengan nasabah ketika jarak nasabah sulit dijangkau atau tempatnya jauh dengan menghubungi nasabah lewat telepon.
2. Fungsi komunikasi *customer service* dalam pelayanan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan adalah sebagai berikut:
  - a. Menggali kebutuhan dan permasalahan nasabah
  - b. Menyampaikan informasi perusahaan
  - c. *Cross selling*
  - d. Menjaga hubungan baik dengan nasabah

## B. Saran

Sebagai bahan pertimbangan bank BTN Cabang Pekalongan untuk rencana kedepannya, ada beberapa saran dari penulis yang diharapkan bisa membantu dalam meningkatkan komunikasi *customer service*.

1. *Customer service* sebagai salah satu orang terdepan bank hendaknya selalu berusaha melayani nasabah dengan baik, memberikan informasi yang lengkap dan jelas kepada nasabah, serta menjaga hubungan baik dengan nasabah.
2. Pentingnya diberikan penghargaan (*reward*) kepada karyawan yang mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah khususnya *front-liner*, sehingga karyawan lain temotivasi untuk meningkatkan kinerjanya.
3. Bank BTN Cabang Pekalongan agar lebih meningkatkan program pelatihan dan pengembangan karyawan baik dari *skill* maupun kepribadian terutama bagi *customer service* demi meningkatkan pelayanan nasabah. Nasabah yang puas dengan informasi yang diberikan *customer service* akan setia lebih lama. Maka sebaiknya pihak manajemen bank BTN Cabang Pekalongan melakukan pelatihan rutin khususnya dibidang komunikasi.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Quran Surat An-Najm: 39 dan QS. Al-Baqarah: 202.
- Azwar, Saifudin. 1993. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Effendy. 2005. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Gafindo Persada.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J. Moleong, Lexy. 2005. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Laporan Tahunan 2014. Bank BTN.

- Machfoedz, Mahmud. 2008. *Dasar-dasar Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Martono. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Muhammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soedarsono, Dewi K. 2009. *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Uchjana Effendy, Onong. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Uchjana Effendy, Onong. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*, cet. ke-

2. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

W.Widjaja, H.A. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan*

*Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Yusuf Pawit, M. 2009. *Ilmu Komunikasi, Informasi dan Kepustakaan*.

Jakarta: Bumi Aksara.

## **B. Website**

[http://blog.binadarma.ac.id/magister\\_manajemen/wpcontent/uploads/2012/](http://blog.binadarma.ac.id/magister_manajemen/wpcontent/uploads/2012/12/Sonia-Monita.pdf)

12/Sonia-Monita.pdf, Diakses pada tanggal 15 Desember 2014, pukul 9: 57 WIB.

[http://lebayerskapsel.blogspot.com/2010/06/cara-komunikasi-customer-](http://lebayerskapsel.blogspot.com/2010/06/cara-komunikasi-customer-service-dalam.html)

service-dalam.html, tanggal 10 April 2015 pukul 10:53 WIB

<http://www.btn.co.id/Tentang-Kami/Sejarah-Bank-BTN.aspx>, Diakses

pada tanggal 7 Mei 2015 pukul 10:19 WIB.

<http://www.btn.co.id/Tentang-Kami/Visi-Misi.aspx>, Diakses pada tanggal

7 Mei 2015 pukul 10:23 WIB.

[https://www.google.co.id/#q=peran+komunikasi+dalam+kepuasan+inform](https://www.google.co.id/#q=peran+komunikasi+dalam+kepuasan+informasi&start=10)

asi&start=10, Diakses pada tanggal 20 April 2015 pukul 11:45 WIB.

### C. Hasil Penelitian

Erdina Sandra, Widya, “Peranan *Customer Service* dalam Aktivitas CRM untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank ICB Bumiputera Cabang Semarang”, *Tugas Akhir D3 Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, (Semarang: 2010).

Manan, Abdul, “Nilai-nilai Etika Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di KJKS BMT Bahtera Group cabang Warungasem Batang”, *Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah* (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2013).

Maulidi, Ratna, “Campur Kode Sebagai Strategi Komunikasi *Customer Service* (Studi Kasus Nokia Care Centre Bimasakti Semarang)”, *Skripsi SI Ilmu Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Diponegoro*, (Semarang: 2007).

Oktania, Umifah, “Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU (Syirkah Muawanah Nahdlatul Ulama) Kota Pekalongan”, *Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah* (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2009).

Romdhiana Larasati, Putri, “Manajemen Jasa Pelayanan Pada *Customer Service* di BSM Cabang Pekalongan”, *Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah* (Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan, 2008).

#### **D. Observasi dan Wawancara**

Data-data dari hasil observasi dan wawancara dengan Mba Nurfista Reza Zaenal selaku Human Capital Support Staff pada 29 Mei 2015.

Observasi dan Wawancara dengan Mba Ninik Hanifah Selaku Manager Operasional Bank BTN Cabang Pekalongan pada 20 Mei 2015.

Observasi dan wawancara dengan Mba Riska dan Mba Intan selaku *customer service* di bank BTN Cabang Pekalongan pada 19 Mei 2015.

Wawancara dengan Mba Intan selaku *customer service* Bank BTN Cabang Pekalongan pada 3 Juni 2015.

Wawancara dengan Mba Riska selaku *customer service* Bank BTN Cabang Pekalongan pada 19 Mei 2015.

Wawancara dengan Mas Bangun Rona Pradana selaku *customer service* Bank BTN Cabang Pekalongan pada tanggal 23 Oktober 2015.

Panduan Wawancara untuk *Customer Service*

“Analisis Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan”

1. Apa tugas dan wewenang *customer service*?
2. Sebagai seorang komunikator apakah komunikasi penting untuk seorang *customer service*?
3. Apa bentuk komunikasi yang digunakan *customer service* untuk berkomunikasi dengan nasabahnya?
4. Apakah fungsi komunikasi bagi seorang *customer service*?
5. Komunikasi yang seperti apa yang bisa dikatakan komunikasi yang efektif?
6. Bagaimana proses komunikasi *customer service* dalam melayani nasabah?
7. Bagaimana pelaksanaan komunikasi *customer service* dengan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan?
8. Sarana apa saja yang digunakan *customer service* dalam berkomunikasi dengan nasabah?
9. Strategi apa yang digunakan *customer service* dalam berkomunikasi dengan nasabah?

Panduan Wawancara untuk *Customer Service*

“Analisis Fungsi Komunikasi *Customer Service* dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan”

1. Apa tugas dan wewenang *customer service*?
2. Sebagai seorang komunikator apakah komunikasi penting untuk seorang *customer service*?
3. Apa bentuk komunikasi yang digunakan *customer service* untuk berkomunikasi dengan nasabahnya?
4. Apakah fungsi komunikasi bagi seorang *customer service*?
5. Komunikasi yang seperti apa yang bisa dikatakan komunikasi yang efektif?
6. Bagaimana proses komunikasi *customer service* dalam melayani nasabah?
7. Bagaimana pelaksanaan komunikasi *customer service* dengan nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan?
8. Sarana apa saja yang digunakan *customer service* dalam berkomunikasi dengan nasabah?
9. Strategi apa yang digunakan *customer service* dalam berkomunikasi dengan nasabah?



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PEKALONGAN  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418  
Website : [syariah.stain-pekalongan.ac.id](http://syariah.stain-pekalongan.ac.id) | Email : [syariah@stain-pekalongan.ac.id](mailto:syariah@stain-pekalongan.ac.id)

Nomor : Sti. 20/ C-0.2 /PP.00.9/ 239 / 2015  
Lamp : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Tugas Akhir

27-April-2015

Kepada Yth.

1. A. Syukron, M.Ei  
( Pembimbing I )
2. Mansur Chadi, MM  
( Pembimbing II )

di-

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Desi Rahma Hayati

NIM : 2012112020

Semester : VI ( Enam )

dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mendapatkan bimbingan dalam rangka penyelesaian tugas akhir (TA), dengan judul : "**Peran Komunikasi Customer Service Dalam Menciptakan Kepuasan Informasi Nasabah di BRI Syariah Cabang Tegal** "

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian permohonan ini untuk dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Atas kesediaan dan perhatiannya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

A.n Ketua  
Ketua Jurusan Syariah & Ekonomi Islam

**Drs. H. A. Tubagus Surur, M.Ag**  
NIP.196912271998031004

Nomor : **393** /S/PKL.III/OPT-HCSN/2015  
Lampiran : -

Pekalongan, 7 Mei 2015

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Syari'ah

STAIN

Jalan Kusumabangsa No 9

**PEKALONGAN**

Perihal : **Pengadaan Riset Mahasiswa STAIN**

Menunjuk Surat Saudara No. Sti.20/C-0.2/PP.00.9/706/2015 Perihal Permohonan Survey, dengan ini kami sampaikan bahwa PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pekalongan memberikan ijin kepada saudara ~~Desi~~ Rahma Hayati NIM 2012112020 Program Studi Perbankan Syariah (D3) STAIN Pekalongan untuk melaksanakan riset di PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pekalongan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**PT BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk**

**KANTOR CABANG PEKALONGAN**



**Handoko Prasetyo**  
DBM Business



**Supriyanto**  
DBM Supporting

Nomor : 724 /S/PKL.III/OPT-HCS/IX/2015  
Lampiran : -

Pekalongan, 07 September 2015

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bank BTN KC Pekalongan

Alamat : Jl.Merdeka No 7 Pekalongan

Menerangkan bahwa yang bersangkutan di bawah ini :

Nama : Desi Rahma Hayati

NIM : 2012112020

Benar telah melakukan Riset terhadap Customer Service Staff Bank BTN KC Pekalongan pada bulan Mei 2015.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

PT BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk  
KANTOR CABANG PEKALONGAN



Agustami  
DBM Business



Joko Sularso  
CCU Head

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Desi Rahma Hayati  
Tempat/tanggal lahir : Pekalongan, 7 Februari 1994  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jalan Ki Ageng Giring No. 72 Desa  
Wonorejo RT. 04 RW. 02 Kecamatan Kajen  
Kabupaten Pekalongan.

### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Waris  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Nama Ibu : Siti Pariyah  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Agama : Islam  
Alamat : Jalan Ki Ageng Giring No. 72 Desa  
Wonorejo RT. 04 RW. 02 Kecamatan Kajen  
Kabupaten Pekalongan

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 Wonorejo Pekalongan Lulus Tahun 2006
2. SMP N 01 Kajen Pekalongan Lulus Tahun 2009
3. SMA N 01 Kajen Pekalongan Lulus Tahun 2012

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dipergunakan seperlunya.

Pekalongan, Oktober 2015  
Yang Membuat

**DESI RAHMA HAYATI**

NIM. 2012112020