

**STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM
MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH
CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI
CABANG PEMATANG SIANTAR**

TUGAS AKHIR

Oleh :

DWIKY ALFIANSYAH
2203110364

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Dwiky Alfiansyah
NPM : 2203110364
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Rabu, 11 Februari 2026
Waktu : Pukul 13.00 s/d Selesai

PENGUJI I : **Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

PENGUJI II : **Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

PENGUJI III : **Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M.I.Kom.**

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ARIEN SALEH, M.SP.
NIDN : 0030017402

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.
NIDN:0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

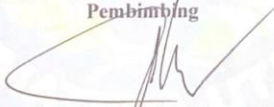
Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : Dwiky Alfiansyah
NPM : 2203110364
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Responsif Dalam Menangani Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar

Medan, 21 Januari 2026

Pembimbing


Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M.I.Kom.
NIDN : 0126127401

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 0127048401

Dekan


Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., M.SP.
NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Dwiky Alfiansyah**, NPM 2203110364, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Dwiky Alfiansyah

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua terutama kepada penulis, dan sholawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Responsif Dalam Menangani Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri Pematang Siantar”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya selalu ada hambatan dan kesulitan, namun semua itu mampu dilewati dan penulis jadikan sebuah tantangan yang sudah semestinya harus dihadapi demi mendapatkan hasil yang terbaik. Penulis menaruh harapan yang besar dengan adanya skripsi ini agar pembaca dapat mengambil hal-hal positif dari hasil penelitian skripsi ini.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini, untuk itu penulis berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat Kesehatan dan segala yang terbaik kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Kepada kedua orangtua penulis, Ayahanda Riono, Ibunda Nengsi Rohani, abang Fitra andani dan adik Fatir Alkahfi, serta nenek dan kakek yang selalu mensupport saya dengan kebesaran hati dan ketulusan hati yang telah memberikan doa, dukungan moral dan materi. Saya ucapkan terimakasih atas pengertian, dan dukungannya, kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.

Dalam menyusun dan penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dra. Yusrina Tanjung, MAP. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhamamdiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing penulis yang dengan sabar mulai dari penyusunan proposal hingga menjadi sebuah skripsi.
8. Kepada fatimah seseorang yang baik dan peduli yang telah memberikan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Staf Bank Mandiri KCP Parluasaan, Pematang Siantar, khususnya kepada Bapak Fitra Andani selaku Customer Service, Bapak Bambang Sugiarto selaku Supervisor, Ibu Yuyun Syahputri dan Anggi Prastiwi selaku Nasabah, yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang sangat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 11 Januari 2026

Penulis

Dwiky Alfiansyah

STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI CABANG PEMATANG SIANTAR

Oleh :

DWIKY ALFIANSYAH
2203110364

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi responsif dalam menangani keluhan nasabah oleh customer service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar. Keluhan nasabah merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam dunia perbankan dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan serta kepercayaan nasabah apabila tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, Bank Mandiri menerapkan strategi komunikasi responsif yang menekankan kecepatan, ketepatan, empati, serta kejelasan informasi dalam merespons setiap keluhan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi komunikasi responsif oleh customer service serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilannya dalam menangani keluhan nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan customer service, supervisor, dan nasabah, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar telah menerapkan komunikasi responsif melalui sikap mendengarkan aktif, penyampaian permohonan maaf, empati terhadap nasabah, pemberian informasi yang jelas dan transparan, serta respons yang cepat dan solutif. Dukungan supervisor dan prosedur pelayanan yang jelas turut berperan dalam efektivitas penanganan keluhan. Penerapan strategi komunikasi responsif tersebut mampu meredam emosi nasabah, meningkatkan kepuasan, serta menjaga kepercayaan dan citra positif Bank Mandiri di mata nasabah.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Responsif, Customer Service, Keluhan Nasabah, Bank Mandiri

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| KATA PENGANTAR | 3 |
| ABSTRAK | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR GAMBAR | ivi |
| DAFTAR TABEL | ivii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Pembatasan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II URAIAN TEORITIS | 7 |
| 2.1 Konsep Strategi Komunikasi | 7 |
| 2.2 Komunikasi Responsif..... | 9 |
| 2.3 Penanganan Keluhan Nasabah..... | 12 |
| 2.4 Customer Service dalam Perbankan | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 19 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 19 |
| 3.2 Kerangka Konsep | 19 |
| 3.3 Definisi Konsep | 20 |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian | 21 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 22 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 23 |
| 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian | 25 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 27 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 27 |
| 4.1.1 Profil Bank Mandiri | 27 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 30 |
| 4.3 Pembahasan | 46 |
| BAB V PENUTUP | 55 |
| 5.1 Kesimpulan | 55 |
| 5.2 Saran | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |
| LAMPIRAN | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| Gambar 3.1 Kerangka Konsep | 20 |
| Gambar 4.1 Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar | 28 |
| Gambar 4.2 Wawancara dengan Customer Service Bank Mandiri..... | 33 |
| Gambar 4.2 Wawancara dengan Supervisor Bank Mandiri | 37 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian..... | 22 |
| Tabel 3.3 Waktu Pelaksanaan..... | 26 |
| Tabel 3.1 Data Identitas Narasumber Penelitian | 30 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini, dunia perbankan mengalami perubahan yang signifikan, baik dari segi layanan maupun ekspektasi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Persaingan antarbank, baik bank milik pemerintah maupun swasta, menuntut setiap lembaga keuangan untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah. Bank tidak hanya dituntut untuk mampu menawarkan produk dan jasa keuangan yang kompetitif, tetapi juga harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan dapat menciptakan kepuasan, kenyamanan, serta kepercayaan nasabah. Dalam konteks ini, komunikasi antara pihak bank dengan nasabah menjadi faktor yang sangat krusial, terutama dalam menangani keluhan atau komplain yang muncul dari nasabah.

Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia memiliki visi untuk menjadi lembaga keuangan yang unggul dan terpercaya, serta memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat. Di tengah persaingan yang semakin ketat, Bank Mandiri berupaya menjaga citra dan loyalitas nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Salah satu unsur penting dalam pelayanan tersebut adalah peran customer service yang menjadi garda terdepan dalam menjalin interaksi langsung dengan nasabah.

Customer service berfungsi sebagai penghubung antara bank dan nasabah,

sekaligus sebagai representasi citra perusahaan dalam pandangan publik. Oleh karena itu, kemampuan customer service dalam berkomunikasi secara efektif dan responsif memiliki dampak yang besar terhadap persepsi dan pengalaman nasabah terhadap kualitas pelayanan bank.

Dalam praktiknya, keluhan nasabah merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam dunia perbankan. Keluhan dapat muncul akibat berbagai faktor, seperti kesalahan teknis, keterlambatan layanan, ketidaksesuaian informasi, atau ketidakpuasan terhadap sikap petugas bank. Meskipun demikian, keluhan tidak selalu bersifat negatif justru melalui keluhan, pihak bank dapat memperoleh masukan berharga untuk meningkatkan mutu layanan. Yang menjadi persoalan utama bukanlah keberadaan keluhan itu sendiri, melainkan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh customer service dalam merespons dan menangani keluhan tersebut secara efektif, cepat, dan memuaskan bagi nasabah.

Konsep strategi komunikasi responsif menjadi sangat relevan dalam konteks ini. Responsif berarti kemampuan untuk menanggapi secara cepat, tepat, dan empatik terhadap setiap permasalahan atau keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Komunikasi yang responsif menuntut petugas customer service untuk tidak hanya sekadar mendengarkan keluhan, tetapi juga menunjukkan sikap empati, memahami perasaan nasabah, memberikan penjelasan yang jelas, serta menawarkan solusi yang dapat diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi responsif tidak hanya mencakup aspek verbal, tetapi juga nonverbal, seperti intonasi suara, ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh yang menunjukkan kesungguhan dalam membantu nasabah.

Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar sebagai salah satu kantor cabang di daerah, tentu memiliki karakteristik nasabah yang beragam. Nasabah di wilayah ini terdiri dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan yang berbedabeda, sehingga pendekatan komunikasi yang digunakan oleh customer service harus disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing nasabah. Dalam beberapa kasus, kesalahpahaman komunikasi antara petugas dan nasabah dapat memperburuk situasi, menimbulkan ketidakpuasan, bahkan berpotensi merusak citra bank. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan untuk memahami strategi komunikasi responsif dalam menangani keluhan nasabah.

1.2 Pembatasan Masalah

Objek yang dikaji dalam penelitian ini terbatas pada aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh customer service Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar, yang beralamat di Jalan Sisingamangaraja No. 45, Parluasan, Pematang Siantar, Sumatera Utara. dalam menghadapi dan menangani keluhan dari nasabah. Penelitian ini tidak mencakup aktivitas komunikasi dari unit kerja lain di bank, seperti bagian marketing, teller, maupun manajemen pusat, kecuali sejauh hal tersebut berkaitan langsung dengan proses penyelesaian keluhan nasabah yang ditangani oleh customer service.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi responsif yang diterapkan oleh customer service service Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar dalam menangani keluhan nasabah?

2. Apa saja faktor yang mendukung keberhasilan customer service dalam menerapkan strategi komunikasi responsif terhadap keluhan nasabah di service Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar?

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan komunikasi responsif dalam proses penanganan keluhan nasabah di Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar. Secara lebih rinci, tujuan penelitian ini adalah:

1. Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk komunikasi responsif yang dilakukan, baik dari segi verbal maupun nonverbal, serta pendekatan apa yang digunakan customer service ketika menghadapi berbagai jenis keluhan nasabah.
2. Fokus pertanyaan ini adalah untuk mengidentifikasi unsur-unsur internal dan eksternal yang membantu efektivitas komunikasi, seperti pelatihan, kebijakan perusahaan, sikap empati petugas, maupun dukungan sistem pelayanan bank.

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi pelayanan publik dan komunikasi organisasi di sektor perbankan. Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya kajian tentang konsep komunikasi responsif dalam konteks pelayanan nasabah serta memperluas pemahaman mengenai hubungan

antara komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan di lembaga keuangan.

2. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik meneliti tema serupa, khususnya dalam ranah komunikasi pelayanan, manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management*), dan studi komunikasi bisnis. Penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan metodologis untuk penelitian kualitatif lain yang menelaah praktik komunikasi di lembaga jasa, baik perbankan maupun nonperbankan.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pihak manajemen service Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui penerapan komunikasi responsif yang efektif. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan pelatihan komunikasi bagi petugas *customer service* agar lebih mampu merespons keluhan dengan cepat, empatik, dan solutif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap Bank Mandiri.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini penulis membuat sistematika penulisan dengan membagi tulisan menjadi lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang Latar belakang, Pembatasan Masalah Rumusan masalah, tujuan Penelitian, manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORI

Pada bagian ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan landasan teori yang mendasari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang Metode Penelitian, Definisi Konsep, Kerangka Konsep, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diolah.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini berisikan Simpulan dan Saran yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang diberikan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Konsep Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan dan pengaturan dalam proses penyampaian pesan agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif. Strategi komunikasi juga perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi tidak hanya berfokus pada bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga mempertimbangkan siapa komunikan, media yang digunakan, waktu penyampaian, dan respon yang diharapkan. Dalam konteks pelayanan publik seperti perbankan, strategi komunikasi berarti kemampuan pihak bank untuk merancang cara berinteraksi dengan nasabah secara tepat agar tercipta pemahaman yang baik dan kepuasan pelanggan. Strategi komunikasi yang efektif akan melibatkan unsur persuasi, empati, kejelasan informasi, serta ketepatan dalam menanggapi kebutuhan atau permasalahan nasabah. Strategi komunikasi di lingkungan pelayanan bank harus memperhatikan tiga aspek utama, yaitu:

- 1) Komunikator, yaitu petugas atau customer service yang berperan menyampaikan pesan. Kompetensi komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh komunikator menentukan tingkat pemahaman dan penerimaan pesan oleh penerima.
- 2) Pesan, yaitu bentuk informasi, tanggapan, atau solusi yang diberikan kepada nasabah. Pesan yang disusun dengan struktur yang logis dan bahasa yang mudah dipahami dapat mengurangi potensi kesalahpahaman dan meningkatkan

efektivitas komunikasi.

- 3) Komunikasikan, yaitu nasabah yang menjadi penerima pesan sekaligus sumber umpan balik. Strategi komunikasi yang baik menuntut keseimbangan antara komunikasi satu arah (penyampaian informasi) dan dua arah (dialog interaktif). Dalam menghadapi keluhan, strategi komunikasi harus lebih menekankan pada pendekatan dua arah agar terjalin hubungan saling pengertian antara pihak bank dan nasabah. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik komunikasi menjadi aspek penting untuk memastikan pesan diterima sesuai dengan maksud awal komunikator (Indahsari, 2022).

Dalam mengembangkan definisi komunikasi sebagai "proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks organisasi", yang menambahkan dimensi tujuan dan efek sosial. Definisi operasional dalam penelitian ini akan mengukur komunikasi melalui analisis konten dari interaksi verbal dan nonverbal selama proses pelayanan, dengan fokus pada bagaimana model modern membantu mengidentifikasi hambatan komunikasi yang mengganggu kualitas layanan.

Komunikasi yang berhasil akan memunculkan rasa percaya, kepuasan, dan loyalitas terhadap organisasi penyedia layanan. Sebagai contoh dalam konteks komunikasi pelayanan perbankan, komunikasi interpersonal yang dilakukan secara konsisten dan disertai tindakan nyata terbukti efektif dalam meningkatkan penerimaan dan kepercayaan nasabah, sehingga membantu customer service menangani keluhan secara responsif, membangun hubungan yang lebih baik, serta meningkatkan citra profesionalisme layanan bank (Saleh & Hardiyanto, 2023).

Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara komprehensif bagaimana setiap unsur berkontribusi terhadap dinamika komunikasi dalam organisasi pelayanan. Misalnya, perilaku komunikator dalam situasi tatap muka dapat diamati untuk menilai kejelasan pesan, sementara respons komunikan akan dianalisis untuk melihat efek komunikasi yang muncul, seperti peningkatan kepuasan atau perubahan perilaku pelayanan.

Proses komunikasi melibatkan tahapan encoding (pengkodean pesan oleh komunikator), transmisi (penyampaian melalui media), decoding (penafsiran oleh komunikan), dan feedback (tanggapan balik). Komunikasi tidak dapat terjadi dan gangguan dalam proses dapat menyebabkan disfungsi dalam sistem organisasi pelayanan. Dalam penelitian ini, proses ini akan dievaluasi untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi pelayanan.

Fungsi komunikasi dalam organisasi pelayanan juga mencakup aspek motivasi dan koordinasi, di mana komunikasi internal antarpetugas memastikan alur kerja yang lancar, sementara komunikasi eksternal dengan pengguna membangun kepercayaan. Komunikasi efektif diperlukan untuk adopsi perubahan dalam organisasi, seperti implementasi teknologi baru dalam pelayanan.

2.2 Komunikasi Responsif

Istilah responsif berasal dari kata response yang berarti tanggapan atau jawaban. Komunikasi responsif berarti komunikasi yang menekankan kemampuan seseorang untuk memberikan tanggapan yang cepat, tepat, dan penuh empati terhadap pesan atau situasi yang dihadapi. Komunikasi responsif ditandai oleh kemampuan untuk mendengarkan secara aktif, memahami kebutuhan lawan bicara,

serta memberikan reaksi yang sesuai secara verbal maupun nonverbal. Dalam konteks pelayanan perbankan, komunikasi responsif berarti petugas bank mampu memberikan tanggapan segera terhadap keluhan, pertanyaan, atau permasalahan yang disampaikan oleh nasabah. Responsivitas ini mencakup beberapa aspek utama, antara lain:

1. Kecepatan merespons: seberapa cepat petugas menanggapi keluhan nasabah.
2. Ketepatan tanggapan: apakah jawaban atau solusi yang diberikan relevan dengan permasalahan yang dihadapi.
3. Empati dan kesopanan: bagaimana petugas menunjukkan perhatian, penghargaan, dan sikap profesional.
4. Kejelasan informasi: sejauh mana nasabah dapat memahami penjelasan yang diberikan.

Komunikasi responsif juga berkaitan erat dengan konsep customer engagement, di mana pelanggan merasa dilibatkan dan diperhatikan dalam proses pelayanan. Respons yang baik tidak hanya menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga memperbaiki hubungan emosional antara nasabah dan pihak bank.

Penelitian kualitatif ini didasarkan pada teori komunikasi interpersonal sebagai grand teori utama, yang menekankan proses interaksi responsif antara individu dalam konteks layanan. Komunikasi responsif didefinisikan secara operasional sebagai kemampuan penyedia layanan untuk merespons kebutuhan pelanggan secara tepat waktu, empati, dan jelas, yang akan dianalisis melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan dalam penelitian ini untuk mengungkap pola interaksi yang mendorong kepuasan.

Teori layanan publik, yang diperbarui dalam model SERVQUAL oleh Parasuraman (2018), menempatkan responsivitas sebagai dimensi inti dalam kualitas layanan. Definisi operasional komunikasi responsif dalam penelitian ini mencakup empat ciri utama: kecepatan tanggapan (*respons time*), empati (kemampuan memahami perasaan pelanggan), kejelasan informasi (penyampaian data yang akurat dan mudah dipahami), dan sikap terbuka (keterbukaan untuk dialog).

Sikap terbuka didefinisikan operasional sebagai kesiapan untuk menerima umpan balik dan membangun dialog dua arah tanpa defensivitas. Teori komunikasi interpersonal menyoroti bahwa sikap terbuka dapat mencegah konflik, dan dalam konteks layanan, ini didukung oleh model SERVQUAL yang diperbarui. Literatur oleh Kumar (2020) menunjukkan bahwa sikap terbuka membangun hubungan jangka panjang, dan dalam analisis kualitatif, konsep ini akan dieksplorasi melalui tema dialogis dalam data wawancara.

Dalam konteks pelayanan perbankan, strategi komunikasi responsif menjadi langkah penting bagi organisasi untuk menjaga reputasi dan mempertahankan kepercayaan nasabah saat menghadapi keluhan, karena di era layanan digital yang serba cepat, respons yang tepat, cepat, dan transparan dari customer service merupakan kunci dalam membangun hubungan yang baik serta meningkatkan kepuasan nasabah (Faustyna, 2024).

Bentuk komunikasi responsif dalam pelayanan pelanggan meliputi interaksi tatap muka, telepon, email, dan platform digital, dengan strategi seperti pelatihan empati dan sistem respons otomatis. Dalam penelitian kualitatif ini, konsep ini akan

dieksplorasi melalui deskripsi emosional dalam wawancara untuk memahami bagaimana empati membentuk loyalitas pelanggan. Teori layanan publik mendorong strategi ini untuk memastikan konsistensi, seperti yang dijelaskan oleh Parasuraman (2018) yang menyarankan integrasi teknologi untuk kecepatan. Dalam penelitian ini, bentuk dan strategi ini akan dianalisis melalui observasi praktik layanan, untuk mengidentifikasi mana yang paling efektif dalam konteks spesifik.

Peran komunikasi responsif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan didefinisikan operasional sebagai peningkatan skor kepuasan yang diukur dari umpan balik kualitatif, seperti perasaan puas setelah interaksi. Teori pertukaran sosial dalam literatur layanan menjelaskan bahwa responsivitas menciptakan nilai yang mendorong kepuasan.

Akhirnya, komunikasi responsif berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, didefinisikan operasional sebagai niat pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan layanan, yang dianalisis melalui tema repetisi dalam data. Teori ini didukung oleh model loyalitas pelanggan, seperti yang dikembangkan oleh Reichheld (2015), yang menekankan bahwa responsivitas membangun kepercayaan jangka panjang.

2.3 Penanganan Keluhan Nasabah

Keluhan atau komplain nasabah merupakan bentuk umpan balik yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu institusi. keluhan pelanggan juga ekspresi dari ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan pelayanan yang diterima. Dalam industri perbankan, keluhan dapat muncul karena berbagai hal, seperti keterlambatan pelayanan,

kesalahan administrasi, kurangnya kejelasan informasi, hingga sikap kurang ramah dari petugas bank. Dengan memahami sumber dan jenis keluhan nasabah, pihak bank dapat memperbaiki proses pelayanan, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat kepercayaan nasabah terhadap institusi.

Partisipasi nasabah dalam proses pemulihan meningkatkan efektivitas, dengan bukti empiris dari studi yang menunjukkan peningkatan kepuasan melalui keterlibatan aktif. Dalam penelitian ini, keluhan nasabah didefinisikan operasional sebagai ekspresi ketidakpuasan dari nasabah terhadap layanan bank, yang akan dianalisis melalui wawancara untuk memahami pola dan dampaknya.

Faktor penyebab keluhan nasabah dalam perbankan sering terkait dengan kegagalan operasional, seperti kesalahan transaksi atau pelayanan lambat, yang didasarkan pada Teori Perilaku Keluhan Konsumen (Customer Complaint Behavior Theory). Konsep inti meliputi atribusi kesalahan dan motivasi untuk mengeluh, dengan definisi operasional faktor penyebab seperti kesalahan manusia atau sistem teknologi yang bermasalah. Ahli seperti Voorhees et al. (2017) menekankan bahwa pengalaman layanan yang buruk memicu keluhan, dengan analisis yang menunjukkan peran konteks digital dalam memperburuk persepsi nasabah. Penelitian ini akan menganalisis faktor ini melalui data kualitatif untuk mengidentifikasi pola utama.

Prosedur dan tahapan penanganan keluhan dalam perbankan mengikuti regulasi Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta kebijakan Bank Mandiri, yang selaras dengan Teori Manajemen Keluhan (Complaint Management Theory). Konsep inti mencakup tahapan seperti penerimaan,

investigasi, penyelesaian, dan tindak lanjut, dengan definisi operasional sebagai langkah formal untuk merespons keluhan dalam batas waktu tertentu. Dengan mendukung bahwa kompensasi yang tepat dalam prosedur ini meningkatkan kepuasan, dengan studi yang menunjukkan efek non-linear kompensasi pada loyalitas. Analisis dalam penelitian ini akan fokus pada kepatuhan kebijakan Bank Mandiri.

Strategi komunikasi dalam menghadapi keluhan didasarkan pada Model Pemulihan Layanan (*Service Recovery Model*), yang menekankan komunikasi empatik dan solutif. Konsep inti meliputi mendengarkan aktif dan penawaran solusi, dengan definisi operasional sebagai teknik seperti bahasa positif dan konfirmasi pemahaman. Ahli seperti Roschk dan Gelbrich, (2017) menyoroti bahwa jenis kompensasi dalam komunikasi memengaruhi kepuasan pasca-pemulihan, dengan perspektif pertukaran sosial yang menunjukkan pentingnya personalisasi. Penelitian ini akan menganalisis strategi ini melalui observasi interaksi.

Hubungan antara penanganan keluhan dan kepercayaan nasabah dijelaskan oleh Teori Kepercayaan (*Trust Theory*) dalam layanan, yang menekankan transparansi dan keadilan. Konsep inti meliputi dimensi kredibilitas dan kebaikan, dengan definisi operasional sebagai indikator seperti pengurangan keluhan berulang dan peningkatan skor kepercayaan. Pandangan ahli seperti Grégoire et al. (2015) mendukung bahwa manajemen krisis melalui penanganan keluhan membangun kepercayaan, dengan fokus pada dampak media sosial dalam konteks modern. Analisis kualitatif akan mengeksplorasi korelasi ini.

Peran komunikasi responsif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan didasarkan pada Teori Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Theory), yang menekankan respons cepat terhadap keluhan. Konsep inti meliputi komunikasi proaktif dan umpan balik, dengan definisi operasional sebagai pengukuran kepuasan melalui wawancara dan analisis loyalitas. Komunikasi dan berbagi informasi memediasi hubungan antara pemulihan layanan dan loyalitas, yang menunjukkan peningkatan retensi.

Integrasi teori-teori ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan nasabah adalah strategi kunci untuk keberlanjutan bank, dengan fokus pada pemulihan layanan dan komunikasi responsif. Definisi operasional akan dianalisis melalui data empiris untuk memberikan wawasan praktis. Pandangan ahli secara keseluruhan menekankan pendekatan holistik, di mana penanganan yang baik membangun keunggulan kompetitif. Melalui analisis kualitatif, penelitian ini mengkonfirmasi interaksi teori dalam perbankan Indonesia

2.4 Customer Service dalam Perbankan

Penelitian kualitatif ini didasarkan pada teori Service Quality yang relevan dalam konteks perbankan, di mana kualitas layanan diukur melalui dimensi seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Teori ini mendasari analisis bagaimana customer service berperan sebagai jembatan antara bank dan nasabah, dengan definisi operasional kualitas layanan diukur melalui wawancara mendalam dengan staf bank dan nasabah untuk mengidentifikasi gap antara ekspektasi dan persepsi (Sugiarto & Octaviana, 2021).

Pengertian customer service di bank merujuk pada interaksi langsung antara

staf bank dan nasabah untuk memfasilitasi transaksi, memberikan informasi, dan menyelesaikan masalah, sebagaimana didefinisikan oleh American Bankers Association sebagai proses penyampaian layanan yang memenuhi kebutuhan nasabah secara efisien dan efektif. Teori Relationship Marketing mendukung konsep ini, di mana customer service dianggap sebagai elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang (Hidayat & Idrus, 2023). Definisi operasional dalam penelitian ini melibatkan analisis naratif dari wawancara dengan petugas customer service untuk mengidentifikasi bagaimana mereka mendefinisikan peran mereka dalam konteks operasional harian bank.

Peran customer service di bank melampaui transaksi rutin, meliputi pembentukan citra positif, pengurangan churn rate, dan peningkatan kepercayaan nasabah, sesuai dengan teori Customer Relationship Management (CRM). Teori ini menekankan bahwa customer service adalah inti dari CRM, di mana data nasabah digunakan untuk personalisasi layanan. Definisi operasional peran ini akan dianalisis melalui observasi partisipan dan analisis tema dari wawancara, fokus pada bagaimana staf mengelola ekspektasi nasabah. Pandangan dari Kumar et al. (2019) dalam *International Journal of Bank Marketing* menunjukkan bahwa peran customer service yang efektif dapat meningkatkan nilai seumur hidup nasabah (CLV), berdasarkan studi empiris di bank India.

Kompetensi dasar komunikasi dalam customer service melibatkan kemampuan verbal dan nonverbal untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan mendengarkan aktif, sebagaimana didefinisikan oleh teori Communication Accommodation, yang menyesuaikan gaya komunikasi dengan nasabah untuk

membangun rapport. Definisi operasional kompetensi ini akan dieksplorasi melalui analisis diskursif wawancara, di mana responden menggambarkan skenario komunikasi sehari-hari.

Empati sebagai kompetensi dasar merujuk pada kemampuan memahami dan merasakan perspektif nasabah, didasarkan pada teori Empathy, yang menekankan empati sebagai dasar interaksi sosial. Dalam perbankan, empati membantu mengatasi frustrasi nasabah, seperti kesalahan transaksi. Definisi operasional akan dianalisis melalui coding tematik dari wawancara, fokus pada ekspresi empati dalam dialog. Pandangan dari Hossain et al. (2021) dalam *International Journal of Bank Marketing* menunjukkan bahwa empati tinggi berkorelasi dengan kepuasan nasabah, berdasarkan data survei di bank Bangladesh.

Kemampuan problem solving melibatkan identifikasi, analisis, dan resolusi masalah nasabah secara sistematis, sesuai dengan teori Problem-Solving, yang mengintegrasikan logika dan kreativitas. Definisi operasional kompetensi ini akan dievaluasi melalui studi kasus dari wawancara, di mana staf mendeskripsikan proses penyelesaian masalah.

Standar pelayanan prima atau service excellence dalam perbankan merujuk pada pencapaian tingkat layanan yang melampaui ekspektasi, berdasarkan teori Service Excellence, yang menekankan inovasi dan personalisasi. Definisi operasional standar ini akan diukur melalui benchmark dari wawancara dengan nasabah dan staf, fokus pada indikator seperti waktu respons dan akurasi. Pandangan dari Ali et al. (2022) dalam *Journal of Business Research* menunjukkan bahwa service excellence meningkatkan reputasi bank, dengan studi kasus di bank

Pakistan.

Tantangan customer service dalam menghadapi nasabah, seperti nasabah yang marah atau kompleksitas regulasi, memengaruhi reputasi bank, sesuai dengan teori Crisis Management, yang menangani situasi krisis dalam layanan. Definisi operasional tantangan ini akan dianalisis melalui narasi wawancara, mengidentifikasi dampak terhadap citra bank. Ahli seperti Nguyen et al. (2023) dalam *International Journal of Hospitality Management* menemukan bahwa tantangan yang tidak teratasi dapat menurunkan reputasi, berdasarkan data bank di Vietnam.

Secara keseluruhan, teori-teori ini saling terkait dalam membentuk kerangka analisis kualitatif, di mana konsep inti seperti kualitas layanan, kompetensi, dan tantangan diintegrasikan untuk memahami dinamika customer service di perbankan, dengan fokus pada definisi operasional melalui metode grounded theory untuk mengembangkan tema emergen dari data.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

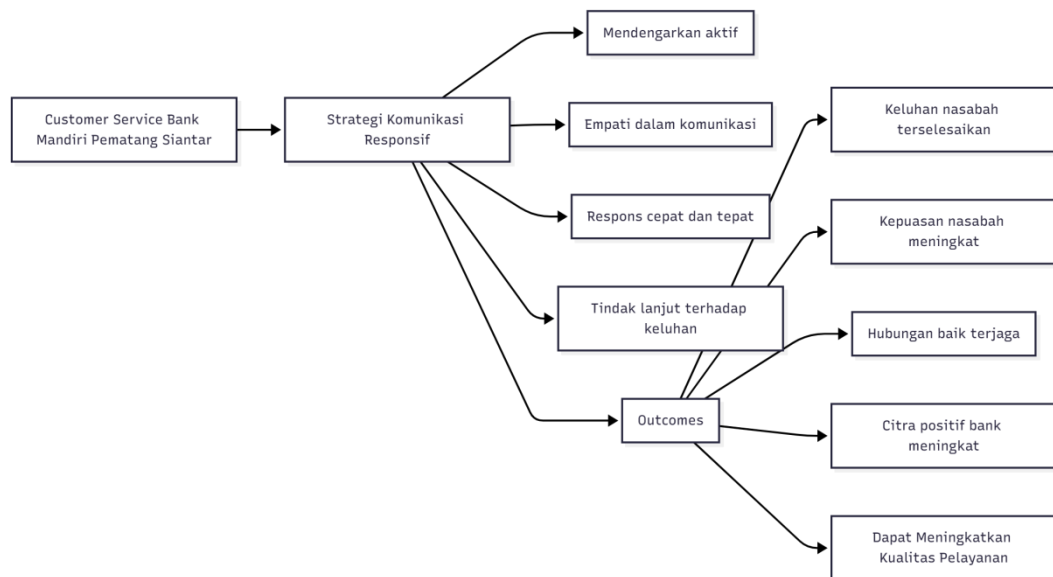
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi responsif diterapkan oleh customer service dalam menangani keluhan nasabah. Menurut (Moleong, 2019), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan, dengan menekankan makna dan proses yang terjadi secara alami.

Penelitian deskriptif kualitatif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan sebab-akibat, melainkan menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai situasi dan strategi komunikasi yang digunakan dalam konteks pelayanan perbankan. Pendekatan ini relevan karena peneliti ingin memotret realitas komunikasi antara customer service dan nasabah secara langsung, berdasarkan pengalaman, persepsi, dan interaksi nyata di lapangan. Pendekatan ini cenderung lebih deskriptif daripada penelitian kuantitatif yang lebih fokus pada pengukuran dan generalisasi (Faustyna, 2023).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep pada gambar ini menggambarkan alur logis dari keluhan nasabah sebagai pemicu (service failure) yang direspons oleh strategi komunikasi responsif customer service meliputi mendengarkan aktif, empati, kecepatan respons, kejelasan informasi, serta praktik keadilan interaksional dan informasional yang berperan sebagai mekanisme pemulihan layanan (service recovery) untuk

mengurangi dampak emosional, memperbaiki persepsi keadilan pelanggan, dan memulihkan kepercayaan; apabila komunikasi responsif dijalankan efektif, maka akan meningkatkan *service recovery satisfaction*, yang selanjutnya mendorong niat perilaku positif seperti retensi dan word-of-mouth serta memperkuat citra Bank Mandiri Pematang Siantar Nadiri (2016).



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

Penulis memberikan pemahaman terkait dengan konsep penelitian. Menurut penulis, konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasionalkannya di lapangan. Untuk memahami dan lebih memudahkan dalam menafsirkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka ditetapkan beberapa definisi konsep yang berkaitan dengan fokus penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Penulis memahami bahwa strategi komunikasi responsif merupakan suatu

pendekatan komunikasi yang dilakukan secara cepat, tepat, dan empatik dalam menanggapi setiap permasalahan atau keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Strategi ini melibatkan kemampuan mendengarkan aktif, memahami emosi dan kebutuhan nasabah, memberikan tanggapan yang sesuai, serta melakukan tindak lanjut secara profesional. Dalam konteks pelayanan perbankan, strategi komunikasi responsif menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan.

Selanjutnya, penulis memahami bahwa penanganan keluhan nasabah adalah proses komunikasi dua arah antara pihak bank dengan nasabah yang bertujuan untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang dialami oleh nasabah terkait layanan perbankan. Proses ini tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah secara teknis, tetapi juga pada bagaimana pelayanan diberikan dengan sikap empati, sopan santun, dan keterbukaan. Dengan demikian, penerapan strategi komunikasi responsif oleh customer service Bank Mandiri Pematang Siantar diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian menunjukkan bagaimana cara peneliti mengukur atau mengelompokkan suatu variabel agar dapat diketahui fokus penelitian dan teknik analisis yang sesuai. Adapun kategorisasi penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian

| Konsep Teoritis | Kategorisasi |
|-------------------------------|--|
| Strategi Komunikasi Responsif | <ul style="list-style-type: none"> • Mendengarkan aktif • Empati dalam komunikasi • Respons cepat dan tepat • Tindak lanjut terhadap keluhan |
| Outcomes | <ul style="list-style-type: none"> • Keluhan nasabah terselesaikan • Kepuasan nasabah meningkat • Hubungan tetap terjaga • Citra positif baik meningkat • Dapat meningkatkan kualitas pelayanan |

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pelayanan customer service dalam menangani keluhan nasabah di Bank Mandiri Pematang Siantar. Observasi dilakukan sebelum dan selama penelitian berlangsung, yang meliputi gambaran umum aktivitas pelayanan, suasana

interaksi antara customer service dan nasabah, serta bentuk komunikasi yang digunakan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah.

- b. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan informan yang dianggap kompeten dan memahami proses komunikasi pelayanan, seperti customer service dan manajer layanan. Melalui wawancara ini, penulis memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi responsif, kendala yang dihadapi, serta cara customer service menyesuaikan gaya komunikasi terhadap berbagai tipe nasabah.
- c. Dokumentasi, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan bukti-bukti atau dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data tertulis seperti profil perusahaan, struktur organisasi, pedoman pelayanan nasabah, serta arsip laporan kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan dan komunikasi customer service. Dokumentasi juga digunakan untuk memperkuat hasil dari observasi dan wawancara agar data yang diperoleh lebih akurat dan terpercaya.

3.6 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini. Menurut Dahal (2025), teknik analisis data kualitatif digunakan untuk menguraikan, menafsirkan, serta memahami makna dari data yang diperoleh di lapangan secara mendalam. Proses ini tidak hanya berfokus pada pengorganisasian data, tetapi juga pada upaya menemukan pola, tema, dan makna yang tersembunyi di balik informasi yang dikumpulkan. Analisis data dilakukan secara reflektif dan

berulang untuk membangun pemahaman yang utuh mengenai fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, analisis data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana komunikasi responsif digunakan oleh customer service dalam menangani keluhan nasabah di Bank Mandiri Pematang Siantar.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan sejak peneliti berada di lapangan hingga tahap akhir penelitian. Proses analisis dilakukan dengan cara menelaah seluruh data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan, kemudian diorganisir serta diinterpretasikan agar dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

Teknik analisis data kualitatif ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Data Collecting (Pengumpulan Data)

Penulis melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Semua data yang relevan dengan fokus penelitian dicatat dan diklasifikasikan sesuai sumbernya.

2. Data Reduction (Pemilihan Data)

Semua data yang telah terkumpul diseleksi dan dipilah antara yang relevan dan yang tidak relevan dengan penelitian. Tahap ini dilakukan agar data yang dianalisis benar-benar berkaitan dengan komunikasi responsif customer service dalam menangani keluhan nasabah.

3. Data Display (Penyajian Data)

Data yang telah direduksi kemudian disusun dan disajikan dalam bentuk uraian naratif agar lebih mudah dipahami. Penyajian data ini bertujuan untuk

memperlihatkan hubungan antar temuan penelitian dan mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan.

4. Conclusion Drawing (Penerarikan Kesimpulan)

Setelah data disajikan, penulis menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan gambaran yang jelas mengenai pelaksanaan komunikasi responsif oleh customer service di Bank Mandiri Pematang Siantar

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar, yang beralamat di Jalan Sisingamangaraja No. 45, Parluasan, Pematang Siantar, Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih secara purposive (sengaja) dengan beberapa pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung mulai dari Oktober 2025 hingga Januari 2026, (dapat disesuaikan dengan jadwal aktual penelitian). Dengan penetapan lokasi dan waktu penelitian ini, diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang valid mengenai strategi komunikasi responsif customer service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar dalam menangani keluhan nasabah, serta mampu menggambarkan kondisi nyata proses pelayanan yang berlangsung di lapangan.

Tabel 3.3 Waktu Pelaksanaan

| Proses Penelitian | Bulan Minggu | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--------------|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|
| | Okt | | | | Nov | | | | Des | | | | Jan | | | | Feb | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Penyusunan Proposal | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bimbingan Proposal | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Skripsi | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Bimbingan Skripsi | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Bank Mandiri

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk merupakan salah satu bank milik negara (BUMN) terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang jasa keuangan dan perbankan. Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan nasional pascakrisis ekonomi dan mulai beroperasi secara efektif pada 31 Juli 1999 melalui penggabungan empat bank pemerintah, yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia. Hingga saat ini, Bank Mandiri menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan bagi segmen ritel, UMKM, dan korporasi, serta terus mengembangkan layanan berbasis digital dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik guna mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Dalam upaya memperluas jangkauan layanan kepada masyarakat, Bank Mandiri membuka berbagai kantor cabang dan kantor cabang pembantu di seluruh wilayah Indonesia, termasuk Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar yang melayani kebutuhan perbankan masyarakat Kota Pematang Siantar dan sekitarnya. Salah satu unit layanan di bawahnya adalah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Parluasan yang berlokasi di Kelurahan Kahean, Kecamatan Siantar Utara, Kota Pematang Siantar, Provinsi Sumatera Utara.



Gambar 4.1 Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar

Secara geografis, Kota Pematang Siantar terletak pada posisi $2^{\circ}57' - 3^{\circ}15'$ Lintang Utara dan $99^{\circ}00' - 99^{\circ}30'$ Bujur Timur, serta seluruh wilayahnya berbatasan langsung dengan Kabupaten Simalungun di sebelah utara, selatan, timur, dan barat. Letak geografis tersebut menjadikan Kota Pematang Siantar sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi, perdagangan, dan layanan publik di wilayah Sumatera Utara, termasuk dalam penyediaan layanan perbankan. Lokasi KCP Parluasan yang berada di kawasan perkotaan strategis memudahkan akses nasabah dari berbagai wilayah, sehingga mendukung efektivitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri.

Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan, seperti layanan simpanan, pembiayaan, transaksi perbankan,

serta layanan berbasis digital. Dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya, Bank Mandiri didukung oleh sumber daya manusia yang profesional, khususnya Customer Service yang berperan sebagai garda terdepan dalam berinteraksi dengan nasabah. Customer Service bertanggung jawab dalam memberikan informasi layanan, membantu kebutuhan nasabah, serta menangani keluhan secara komunikatif, cepat, dan responsif guna menjaga kepercayaan serta meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar dipilih sebagai lokasi penelitian karena relevan dengan fokus penelitian mengenai strategi komunikasi responsif dalam menangani keluhan nasabah oleh Customer Service.

Dalam penelitian ini, informan merupakan individu yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai kondisi latar belakang dan situasi penelitian. Informan adalah orang yang dianggap benar-benar memahami serta mengetahui permasalahan yang diteliti sehingga informasi yang diperoleh dapat digali secara mendalam dan akurat (Sugiarti et al., 2020). Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam objek penelitian dan berperan dalam proses pelayanan serta interaksi dengan nasabah di Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar.

Berdasarkan kriteria tersebut, narasumber dalam penelitian ini terdiri atas Customer Service, Supervisor, dan nasabah Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar. Adapun identitas narasumber penelitian disajikan pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Data Identitas Narasumber Penelitian

| No | Narasumber | Jenis Kelamin | Umur | Posisi / Peran |
|----|------------------|---------------|------|------------------|
| 1 | Fitra Andani | L | 25 | Customer Service |
| 2 | Bambang Sugiarto | L | 39 | Supervisor |
| 3 | Yuyun Syahputri | p | 29 | Nasabah |
| 4 | Anggi Prastiwi | P | 23 | Nasbah |

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Customer Service (CS), Supervisor, serta nasabah Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar, diperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi responsif dalam menangani keluhan nasabah. Penanganan keluhan nasabah merupakan bagian penting dalam pelayanan perbankan, mengingat keluhan yang tidak ditangani dengan baik dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Peneliti memulai wawancara dengan narasumber pertama yaitu Pak Fitra Andani selaku Customer Service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar. Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai cara menunjukkan empati dalam menghadapi nasabah yang marah atau kecewa dengan pertanyaan, “Bagaimana cara Bapak menunjukkan empati dalam menangani nasabah yang marah atau kecewa?”.

Informan Fitra Andani menjawab :

“Kalau ada nasabah yang marah, langkah pertama yang saya lakukan adalah diam terlebih dahulu dan mendengarkan keluhan nasabah secara menyeluruh. Saya ingin mengetahui penyebab kemarahan nasabah tersebut. Setelah itu, saya menunjukkan empati dengan cara memohon maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah. Artinya, apa yang dirasakan oleh nasabah berusaha saya pahami dan rasakan juga. Dengan cara tersebut,

biasanya emosi nasabah dapat mereda dan berhenti pada titik tertentu. Setelah suasana lebih tenang, barulah kami mencari solusi dan mengupayakan agar kesalahan yang sama tidak terjadi kembali.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa empati menjadi langkah awal yang sangat penting dalam proses penanganan keluhan nasabah. Customer Service tidak langsung memberikan solusi, melainkan terlebih dahulu mendengarkan keluhan nasabah secara aktif agar nasabah merasa dihargai dan dipahami. Permohonan maaf yang disampaikan juga berfungsi sebagai bentuk pengakuan terhadap perasaan nasabah sehingga mampu meredakan emosi dan menciptakan suasana komunikasi yang lebih kondusif. Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan terkait tantangan yang dihadapi dalam pekerjaan Customer Service, yaitu “Apa tantangan tersulit yang sering Bapak hadapi, baik dari sisi nasabah maupun kendala sistem internal bank?”. Informan Fitra Andani menjawab :

“Kalau dari sisi tantangan, bekerja di bank memang memiliki tuntutan pekerjaan yang cukup tinggi, seperti target pelayanan dan ketelitian dalam menjalankan tugas. Untuk kendala dari sistem internal bank, sejauh ini masih bisa diikuti karena sudah ada prosedur dan arahan kerja yang jelas. Tantangan yang paling sering dihadapi justru berasal dari sisi nasabah, terutama ketika nasabah datang dalam kondisi emosi atau belum memahami prosedur perbankan. Dalam situasi seperti itu, diperlukan kesabaran serta komunikasi yang baik agar nasabah dapat memahami penjelasan dan menerima solusi yang diberikan.”

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa pengalaman kerja yang panjang membantu Customer Service dalam mengelola berbagai tantangan yang muncul. Tantangan utama berasal dari karakter dan tingkat pemahaman nasabah yang beragam, sehingga dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik serta kesabaran

dalam memberikan penjelasan. Peneliti kemudian menanyakan langkah awal yang dilakukan saat menerima keluhan nasabah dengan pertanyaan, “Saat nasabah datang membawa keluhan, langkah pertama apa yang Bapak lakukan secara langsung?”. Informan Fitra Andani menjawab :

“Langkah pertama tentu saja mendengarkan keluhan nasabah terlebih dahulu. Biasanya nasabah datang dalam kondisi emosi atau marah, jadi saya berusaha mendengarkan dengan tenang. Setelah itu, saya menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dirasakan nasabah karena harus datang ke bank untuk menyampaikan komplain. Kemudian saya mencari tahu penyebab permasalahan tersebut, misalnya terkait penarikan ATM yang gagal. Saya juga memberikan penjelasan mengenai estimasi waktu penyelesaian agar nasabah tidak khawatir. Intinya, yang paling utama adalah empati dan kejelasan informasi.”

Berdasarkan jawaban tersebut, dapat dipahami bahwa penanganan keluhan dilakukan secara bertahap, dimulai dari mendengarkan keluhan, menunjukkan empati, hingga memberikan informasi yang jelas mengenai solusi dan estimasi penyelesaian. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kecemasan nasabah dan meningkatkan kepercayaan terhadap pelayanan bank. Peneliti selanjutnya mengajukan pertanyaan mengenai peran supervisor dengan bertanya, “Bagaimana peran supervisor dalam membantu Bapak menyelesaikan keluhan nasabah?”.

Informan Fitra Andani menjawab :

“Peran supervisor itu sangat penting ya, terutama kalau keluhan nasabah itu sudah di luar kewenangan kami sebagai Customer Service. Biasanya kalau memang masalahnya agak berat atau nasabahnya masih belum puas dengan penjelasan dari kami, maka supervisor akan turun langsung untuk membantu memberikan penjelasan lanjutan kepada nasabah. Supervisor juga membantu dalam pengambilan keputusan, misalnya terkait kebijakan atau solusi yang harus ditempuh sesuai dengan aturan bank. Jadi kami sebagai Customer Service tetap berkoordinasi dengan supervisor supaya penyelesaian keluhan nasabah bisa lebih cepat, tepat, dan nasabah merasa

diperhatikan secara serius oleh pihak bank”.

Dari hasil wawancara ini dapat disimpulkan bahwa supervisor berperan sebagai pengambil keputusan lanjutan serta pendukung Customer Service dalam menangani keluhan nasabah yang kompleks, sehingga proses pelayanan tetap berjalan secara profesional. Terakhir, peneliti menanyakan mengenai pentingnya komunikasi responsif dengan pertanyaan, “Menurut Bapak, seberapa penting komunikasi yang responsif dalam menjaga kepuasan nasabah?”. Informan Fitra Andani menjawab :

“Komunikasi responsif itu sangat penting ya, karena dari situlah penilaian nasabah terhadap pelayanan bank bisa terlihat. Kalau kita cepat merespons, mendengarkan keluhan nasabah, dan memberikan penjelasan yang jelas, nasabah akan merasa dihargai dan diperhatikan. Walaupun masalahnya belum langsung selesai, tapi kalau komunikasinya baik, nasabah biasanya bisa lebih tenang dan memahami prosesnya. Jadi menurut saya, komunikasi responsif itu kunci utama dalam menjaga kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap Bank Mandiri..”



Gambar 4.2 wawancara dengan Costumer Service Bank Mandiri

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi responsif menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank. Hal ini terlihat dari kemampuan Customer Service dalam mendengarkan

keluhan nasabah secara aktif, menunjukkan empati, serta memberikan penjelasan yang jelas dan transparan mengenai permasalahan yang dihadapi dan solusi yang ditawarkan. Sikap tanggap dan cepat dalam merespons keluhan mampu meredakan emosi negatif nasabah dan menciptakan suasana komunikasi yang lebih kondusif, sehingga nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Kejelasan informasi terkait proses penanganan dan estimasi waktu penyelesaian juga membantu meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan dan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan Bank Mandiri.

Peneliti melanjutkan wawancara dengan Supervisor Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar untuk mengetahui penerapan komunikasi responsif oleh Customer Service serta indikator keberhasilannya. Peneliti mengajukan pertanyaan, “Menurut Bapak, bagaimana layanan Customer Service dikatakan telah menerapkan komunikasi responsif yang baik, dan apa saja indikator keberhasilannya?”, Informan Bambang Sugiarto menjawab :

“Untuk indikator keberhasilannya, kami secara rutin melakukan *role play* yang dilaksanakan dua kali dalam seminggu. Tujuan dari *role play* ini adalah untuk meningkatkan keterampilan komunikasi pegawai, termasuk kemampuan menawarkan produk non-lending (*nolets*) serta cara menangani nasabah dalam berbagai kondisi, termasuk ketika nasabah sedang marah. Customer Service dilatih untuk merespons dengan empati dan komunikasi yang tepat. Jika dilihat dari indikator layanan, Bank Mandiri telah delapan kali meraih penghargaan *Service Legend* dari Marketing Research Indonesia (MRI), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan Bank Mandiri diakui sebagai salah satu yang terbaik di antara perbankan lainnya.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, indikator keberhasilan komunikasi responsif Customer Service di Bank Mandiri terlihat dari adanya pelatihan rutin, peningkatan keterampilan komunikasi pegawai, serta pengakuan eksternal melalui

penghargaan nasional di bidang layanan perbankan. Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan lanjutan, “Apakah Bank Mandiri memberikan pelatihan khusus terkait komunikasi responsif, dan apa manfaat dari pelatihan tersebut?”

Informan Bambang Sugiarto menjawab :

“Bank Mandiri memang menyediakan pelatihan khusus, salah satunya melalui Mandiri University. Mandiri University tersebar di berbagai daerah seperti Medan, Jakarta, Batam, dan beberapa provinsi lainnya. Pegawai yang baru bergabung akan mendapatkan pelatihan mengenai komunikasi dan pelayanan yang baik. Di Bank Mandiri terdapat tiga aspek utama yang harus dijaga, yaitu *service* atau cara berkomunikasi yang baik kepada nasabah, *business* yaitu pencapaian target dan kinerja, serta *control* yaitu menjaga keamanan dana nasabah. Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi pegawai karena selain meningkatkan kompetensi kerja, pegawai juga mendapatkan pengalaman dan pemahaman budaya kerja dari daerah lain, yang nantinya dapat diterapkan di tempat kerja masing-masing.”

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi responsif di Bank Mandiri dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kualitas layanan, profesionalisme pegawai, serta keberlangsungan kinerja organisasi. Peneliti kemudian melanjutkan wawancara untuk menggali peran supervisor dalam menangani keluhan nasabah dengan mengajukan pertanyaan, “Bagaimana strategi komunikasi yang Bapak terapkan dalam menangani keluhan nasabah yang disampaikan melalui Customer Service?”. Informan Bambang Sugiarto Menjawab:

“Kalau dari saya, yang paling ditekankan itu bagaimana Customer Service bisa menyampaikan informasi ke nasabah dengan jelas dan sopan, sesuai dengan prosedur yang ada. Saya juga selalu mengingatkan supaya CS tetap tenang dan menunjukkan empati, apalagi kalau menghadapi nasabah yang sedang emosi. Selain itu, saya minta CS benar-benar mendengarkan keluhan nasabah terlebih dahulu sebelum memberikan penjelasan. Kalau memang diperlukan, saya biasanya ikut membantu menjelaskan kembali ke nasabah

supaya mereka lebih paham dengan solusi dan proses yang diberikan oleh pihak bank, sehingga nasabah merasa lebih yakin dan tidak terjadi kesalahpahaman.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, strategi komunikasi supervisor berfokus pada penguatan peran Customer Service agar mampu menyampaikan informasi secara efektif dan empatik, sehingga keluhan nasabah dapat ditangani dengan baik. Peneliti kemudian menanyakan kondisi supervisor perlu turun tangan langsung dengan pertanyaan, “Dalam kondisi seperti apa supervisor perlu turun tangan langsung menangani keluhan nasabah?”. Informan Bambang Sugiarto Menjawab :

“Supervisor perlu turun tangan langsung apabila keluhan nasabah bersifat kompleks, sensitif, atau berpotensi menimbulkan konflik yang lebih besar, seperti terkait masalah finansial dalam jumlah besar atau keluhan yang tidak bisa diselesaikan di level Customer Service. Dalam kondisi tersebut, supervisor berperan memberikan penjelasan lanjutan, memastikan solusi yang diberikan sesuai dengan kebijakan bank, serta menenangkan nasabah agar proses penyelesaian keluhan dapat berjalan dengan baik. Kehadiran supervisor juga memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa keluhan mereka ditangani secara serius dan profesional oleh pihak bank.”

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa keterlibatan supervisor diperlukan pada kondisi tertentu untuk memastikan penyelesaian keluhan berjalan optimal dan nasabah merasa mendapatkan perhatian serius dari pihak bank. Selanjutnya, peneliti menanyakan sikap supervisor terhadap keluhan akibat gangguan sistem dengan pertanyaan, “Bagaimana Bapak menyikapi keluhan nasabah yang disebabkan oleh gangguan sistem atau faktor di luar kendali CS?”. Informan Bambang Sugiarto Menjawab :

“Dalam kondisi tersebut, saya menyampaikan penjelasan secara jujur dan

terbuka kepada nasabah mengenai gangguan sistem yang terjadi. Saya juga memastikan nasabah mendapatkan informasi terkait estimasi waktu penyelesaian masalah serta berusaha memberikan solusi alternatif agar nasabah tidak merasa dirugikan. Selain itu, saya menekankan pentingnya menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah dan meyakinkan bahwa pihak bank tetap bertanggung jawab hingga permasalahan tersebut benar-benar terselesaikan.”



Gambar 4.2 wawancara dengan supervisor Bank Mandiri

Dari jawaban tersebut, dapat disimpulkan bahwa transparansi dan keterbukaan informasi menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan nasabah ketika terjadi gangguan sistem. Penyampaian informasi yang jujur dan jelas mengenai penyebab masalah, estimasi waktu penyelesaian, serta solusi alternatif yang ditawarkan mampu mengurangi kecemasan dan ketidakpuasan nasabah. Sikap terbuka yang disertai dengan permohonan maaf dan tanggung jawab dari pihak bank menunjukkan profesionalisme dalam pelayanan, sehingga nasabah merasa dihargai dan tetap memiliki keyakinan bahwa keluhannya ditangani secara serius. Dengan demikian, transparansi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Terakhir peneliti melakukan wawancara dengan dua narasumber nasabah,

yaitu Ibu Yuyun Syahputri dan ibu Anggi, yang merupakan nasabah Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar. Peneliti mengawali wawancara dengan menanyakan pengalaman nasabah dalam menyampaikan keluhan kepada pihak bank dengan pertanyaan, “Apakah Ibu pernah menyampaikan keluhan kepada pihak Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar dan keluhan apa yang pernah Ibu sampaikan?”.

Informan Yuyun Syahputri menjawab :

“Pernah paling masalah – masalah seperti lupa pin, ATM yang terblokir atau pernah juga waktu transfer mungkin kayaknya karena lagi dijalan di ATM udah malam juga terus udah terdebit tapi saldonya belum masuk kembali gitu.”

Berdasarkan jawaban tersebut, dapat diketahui bahwa keluhan yang disampaikan nasabah lebih banyak berkaitan dengan **kendala teknis operasional perbankan**, seperti lupa PIN, kartu ATM terblokir, serta transaksi transfer yang sempat terdebit namun saldo belum kembali. Situasi ini menunjukkan bahwa nasabah menghadapi hambatan layanan yang bersifat mendesak karena berhubungan langsung dengan akses terhadap dana. Pernyataan informan juga menggambarkan adanya rasa khawatir saat gangguan terjadi, sehingga nasabah membutuhkan penjelasan dan solusi dari pihak bank. Hal ini menegaskan bahwa kecepatan dan kejelasan respons bank dalam menangani permasalahan transaksi menjadi faktor penting dalam menjaga rasa aman dan kenyamanan nasabah saat menggunakan layanan perbankan. Selanjutnya, informan Anggi juga memberikan jawaban atas pertanyaan yang sama. Informan Anggi menjawab:

“Iya, saya pernah menyampaikan keluhan ke Bank Mandiri. Keluhan saya waktu itu terkait mobile banking yang tidak bisa diakses selama beberapa

jam, padahal saya sedang membutuhkan layanan tersebut untuk melakukan transaksi.”

Jawaban tersebut menunjukkan bahwa selain layanan konvensional, gangguan pada layanan digital perbankan juga menjadi sumber keluhan nasabah. Kendala pada mobile banking dapat menghambat aktivitas transaksi dan menimbulkan ketidaknyamanan, terutama bagi nasabah yang mengandalkan layanan digital dalam kegiatan perbankan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital menjadi aspek penting dalam menjaga kepuasan nasabah.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai kecepatan dan kejelasan penjelasan yang diberikan pihak bank, yaitu “Seberapa cepat dan jelas pihak bank dalam memberikan penjelasan serta solusi atas keluhan tersebut?”.

Informan Yuyun Syahputri menjawab:

“Cepat sih karena kalau langsung dipanggil ke meja Customer Servicenya biasanya sama Customer Servicenya langsung ditangani, langsung ditanya apa keluhannya gitu dan tidak ribet juga.”

Pernyataan informan menunjukkan bahwa penanganan keluhan di Bank Mandiri berlangsung cepat, sederhana, dan tidak berbelit, karena nasabah langsung diarahkan ke Customer Service yang segera menanyakan serta menangani permasalahan yang disampaikan. Selain itu, sikap Customer Service yang menyampaikan permohonan maaf, mendengarkan keluhan dengan baik, dan tidak terburu-buru mencerminkan adanya empati dalam pelayanan. Kombinasi antara respons yang sigap dan pendekatan interpersonal yang ramah tersebut membuat nasabah merasa dihargai, dipahami, serta lebih nyaman meskipun

sedang menghadapi kendala layanan. Sementara itu, informan Anggi turut memberikan tanggapan mengenai kecepatan dan kejelasan penjelasan yang diberikan oleh pihak bank. Informan Anggi menjawab:

“Menurut saya pihak bank cukup cepat dalam memberikan penjelasan. Customer Service langsung menjelaskan bahwa sedang terjadi gangguan sistem dan memberitahu langkah-langkah yang akan dilakukan serta menyarankan alternatif layanan sementara.”

Jawaban tersebut menunjukkan bahwa pihak bank tidak hanya memberikan penjelasan mengenai penyebab permasalahan, tetapi juga memberikan solusi alternatif sebagai bentuk tanggung jawab pelayanan. Hal ini membantu nasabah tetap dapat melakukan aktivitas perbankan meskipun layanan utama sedang mengalami gangguan.

Peneliti kemudian menanyakan sikap empati yang ditunjukkan oleh pihak bank melalui pertanyaan, “Apakah Ibu merasa pihak bank menunjukkan sikap empati terhadap keluhan yang disampaikan?”. Informan Yuyun Syahputri menjawab:

“Oh empati ya, dikarenakan itu seperti menghambat yang kayak kejadian yang saya alami seperti terblokir gitu, jadi mereka berempati karena mengganggu aktivitas, saya merasa pihak bank cukup empati. Customer Service menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang saya alami dan mendengarkan keluhan saya dengan baik tanpa terkesan terburu-buru.”

Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa empati Customer Service dirasakan secara nyata oleh nasabah, terutama karena permasalahan yang dialami, seperti kartu terblokir, dianggap mengganggu aktivitas sehari-hari. Sikap Customer

Service yang menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan, mendengarkan keluhan dengan baik, serta tidak terkesan terburu-buru menunjukkan adanya perhatian dan kepedulian terhadap kondisi nasabah. Hal ini membuat nasabah merasa dipahami, dihargai, dan diperlakukan secara manusiawi, sehingga memberikan kesan positif terhadap kualitas pelayanan Bank Mandiri dalam menangani keluhan. Sementara itu, informan Anggi juga mengungkapkan pandangannya terkait sikap empati yang ditunjukkan oleh pihak bank. Informan Anggi menjawab:

“Iya, saya merasa pihak bank menunjukkan empati. Customer Service mendengarkan keluhan saya dengan sabar dan menyampaikan permohonan maaf atas gangguan layanan yang saya alami.”

Hal ini menunjukkan bahwa empati merupakan unsur penting dalam komunikasi pelayanan yang dirasakan oleh kedua informan. Sikap empati tersebut membantu menciptakan hubungan komunikasi yang baik antara pihak bank dan nasabah, khususnya dalam situasi keluhan, sehingga nasabah merasa dihargai dan lebih menerima solusi yang diberikan oleh pihak bank.

Selanjutnya, peneliti menanyakan dampak penanganan keluhan terhadap perasaan nasabah melalui pertanyaan, “Bagaimana perasaan Ibu setelah keluhan ditangani oleh pihak bank?”. Informan Yuyun Syahputri menjawab:

“Puas si karena cepat dan saya merasa lebih tenang dan lega. Walaupun masalahnya tidak langsung selesai saat itu juga, tapi saya sudah tahu prosesnya dan yakin akan ditindaklanjuti oleh pihak bank.”

Pernyataan informan menunjukkan bahwa rasa puas nasabah tidak hanya ditentukan oleh penyelesaian masalah secara langsung, tetapi juga oleh kecepatan respons serta kejelasan proses yang diberikan oleh pihak bank. Meskipun permasalahan belum selesai pada saat itu, penjelasan mengenai tahapan penanganan dan adanya kepastian tindak lanjut membuat nasabah merasa lebih tenang, lega, dan yakin bahwa keluhannya ditangani secara profesional. Hal ini menegaskan bahwa transparansi proses dan komunikasi yang jelas berperan penting dalam membangun rasa aman dan kepuasan nasabah setelah menyampaikan keluhan. Sementara itu, informan Anggi menjelaskan perasaan yang dialaminya setelah keluhan ditangani oleh pihak bank. Informan Anggi menjawab:

“Setelah mendapat penjelasan dari pihak bank, saya merasa lebih tenang karena sudah mengetahui penyebab masalah dan proses penanganannya.”

Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi dan komunikasi yang baik berperan penting dalam membentuk perasaan positif nasabah setelah menyampaikan keluhan. Penjelasan yang transparan dan mudah dipahami membantu mengurangi kecemasan nasabah serta meningkatkan rasa percaya terhadap pihak bank. Dengan adanya komunikasi yang jelas mengenai tahapan penanganan masalah, nasabah merasa dilibatkan dan dihargai, sehingga persepsi terhadap kualitas pelayanan bank menjadi lebih baik,

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai pengaruh cara komunikasi terhadap kepuasan nasabah, yaitu “Apakah cara komunikasi yang diberikan memengaruhi tingkat kepuasan Ibu terhadap pelayanan Bank Mandiri?”. Informan Yuyun Syahputri menjawab:

“Iya jelas, sangat memengaruhi. Cara Customer Service berbicara yang sopan, tenang, dan jelas membuat saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga saya merasa lebih nyaman dan percaya dalam menyampaikan keluhan maupun menggunakan layanan Bank Mandiri.”

Jawaban tersebut menunjukkan bahwa cara Customer Service berkomunikasi memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Tutur kata yang sopan, nada bicara yang tenang, serta penyampaian informasi yang jelas membuat nasabah merasa nyaman, dihargai, dan lebih percaya saat menyampaikan keluhan maupun menggunakan layanan bank. Hal ini menegaskan bahwa kualitas komunikasi interpersonal yang baik menjadi unsur penting dalam memperkuat rasa percaya nasabah terhadap Bank Mandiri. Sementara itu, informan Anggi menyampaikan penilaiannya mengenai pengaruh cara komunikasi terhadap tingkat kepuasan yang dirasakannya. Informan Anggi menjawab:

“Iya, cara komunikasi Customer Service sangat memengaruhi kepuasan saya. Penjelasan yang disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan sikap yang ramah membuat saya merasa puas.”

Hal ini memperkuat temuan bahwa komunikasi yang efektif dan ramah dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Penyampaian informasi yang jelas, disertai sikap sopan dan penuh perhatian, membantu nasabah merasa nyaman serta mengurangi potensi kesalahpahaman. Dengan demikian, kualitas komunikasi Customer Service menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif dan meningkatkan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan bank secara keseluruhan.

Sebagai pertanyaan terakhir, peneliti menanyakan tingkat kepercayaan nasabah setelah keluhan ditangani dengan pertanyaan, “Apakah Ibu tetap merasa percaya dan nyaman menggunakan layanan Bank Mandiri setelah keluhan ditangani?”. Informan Yuyun Syahputri menjawab:

“Iya, saya tetap percaya karena terbukti dalam 12 tahun belum ada indikasi apapun dan lebih terjamin gitu, menurut saya Bank Mandiri salah satu Bank yang saya percaya dan terpcaya sampai sekarang.

Jawaban tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terbentuk dari pengalaman jangka panjang yang konsisten serta rasa aman dalam menggunakan layanan bank. Informan menekankan bahwa selama 12 tahun menjadi nasabah tidak ditemukan masalah yang berarti, sehingga muncul keyakinan bahwa Bank Mandiri merupakan lembaga yang terjamin dan dapat dipercaya. Hal ini berperan penting dalam mempertahankan rasa nyaman dan loyalitas nasabah terhadap bank. Selanjutnya, informan Anggi menyampaikan pandangannya terkait tingkat kepercayaan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan Bank Mandiri setelah keluhan yang disampaikan ditangani oleh pihak bank. Informan Anggi menjawab:

“Iya, saya tetap percaya dan nyaman menggunakan layanan Bank Mandiri karena keluhan saya ditanggapi dengan baik dan ditangani secara profesional.”

Hal ini menegaskan bahwa penanganan keluhan yang responsif, empatik, dan komunikatif tidak hanya menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap Bank Mandiri. Respons yang cepat disertai sikap empati mampu memberikan rasa dihargai dan dipahami, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara dengan informan nasabah, yaitu Yuyun Syahputri dan Anggi, dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan yang dilakukan oleh Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar telah berjalan dengan cukup baik. Respons yang cepat, kejelasan informasi, serta sikap empati yang ditunjukkan oleh Customer Service mampu memberikan rasa tenang, aman, dan kepastian kepada nasabah dalam menghadapi permasalahan layanan yang dialami.

Selain itu, cara komunikasi yang sopan, jelas, dan tidak terburu-buru memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Penjelasan yang transparan mengenai proses penanganan keluhan membantu mengurangi rasa cemas dan ketidakpastian, meskipun penyelesaian masalah membutuhkan waktu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi pelayanan memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan kenyamanan nasabah.

Dengan demikian, hasil wawancara ini memperlihatkan bahwa komunikasi yang responsif, empatik, dan informatif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyelesaian keluhan jangka pendek, tetapi juga menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan serta membangun hubungan jangka panjang antara Bank Mandiri dan nasabah.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Strategi Komunikasi Responsif Customer Service dalam Menangani Keluhan Nasabah

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi responsif yang diterapkan oleh customer service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar teridentifikasi melalui respons verbal dan non-verbal yang cepat, tepat, dan empatik kepada nasabah yang mengajukan keluhan. Customer service tidak langsung memotong pembicaraan nasabah, melainkan memberikan kesempatan penuh kepada nasabah untuk menyampaikan permasalahan secara menyeluruh.

Pendekatan ini memungkinkan petugas memahami akar permasalahan secara komprehensif sebelum memberikan penjelasan maupun solusi. Pola komunikasi tersebut sejalan dengan konsep *responsive communication* yang menekankan keterbukaan, kecepatan respons, dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan sebagai dasar terciptanya hubungan pelayanan yang efektif (Nugraha et al., 2025).

Strategi komunikasi responsif juga tercermin dari sikap proaktif customer service dalam memberikan klarifikasi dan penjelasan lanjutan terkait keluhan yang disampaikan nasabah. Petugas tidak hanya merespons secara reaktif, tetapi juga berusaha memastikan bahwa nasabah memahami proses penyelesaian masalah yang sedang berjalan. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa komunikasi bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman bersama antara pihak bank dan nasabah. Pendekatan ini memperkuat kualitas interaksi layanan dan mencegah terjadinya kesalahpahaman yang dapat

memperburuk persepsi nasabah terhadap bank.

Strategi komunikasi responsif juga tercermin dari kemampuan customer service dalam melakukan klarifikasi secara mendalam terhadap keluhan yang disampaikan nasabah. Setelah menerima penjelasan awal dari nasabah, petugas berupaya menggali informasi tambahan guna memastikan permasalahan dipahami secara utuh. Penjelasan yang disampaikan tidak bersifat singkat atau sepihak, melainkan disusun secara runtut agar nasabah memahami sumber masalah serta tahapan penyelesaian yang akan dilakukan oleh pihak bank. Pendekatan ini membantu mengurangi potensi kesalahpahaman dan memperkuat kepercayaan nasabah terhadap proses pelayanan (Arsyad & Alauddin, 2025).

Selain memberikan penjelasan, customer service juga menunjukkan sikap responsif melalui tindak lanjut atas solusi yang telah diberikan. Dalam praktiknya, petugas tidak berhenti pada tahap penyampaian solusi awal, tetapi memastikan kembali bahwa permasalahan nasabah telah terselesaikan dengan baik. Tindakan tindak lanjut ini mencerminkan komitmen bank dalam memberikan pelayanan yang bertanggung jawab serta menunjukkan kepedulian terhadap kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

Strategi komunikasi responsif juga diterapkan dengan menyesuaikan pendekatan komunikasi terhadap karakter dan kondisi emosional nasabah. Customer service berusaha menyesuaikan gaya komunikasi, baik dari segi bahasa maupun intonasi, agar sesuai dengan kebutuhan nasabah yang berbeda-beda. Pendekatan yang adaptif ini membantu menciptakan suasana komunikasi yang lebih kondusif, terutama ketika nasabah berada dalam kondisi tidak puas atau

mengalami kebingungan terkait layanan perbankan (Sudiana et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi, penerapan strategi komunikasi responsif tidak hanya dilakukan melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui pemanfaatan kanal komunikasi digital. Respons cepat terhadap keluhan yang disampaikan melalui media digital menunjukkan upaya bank dalam menyesuaikan strategi pelayanan dengan kebutuhan nasabah modern. Kehadiran komunikasi digital yang responsif memperluas akses pelayanan serta mempercepat proses penanganan keluhan, sehingga meningkatkan efektivitas layanan customer service secara keseluruhan (Julian & Puspitaningrum, 2025).

4.3.2 Peran Empati dan Kejelasan Informasi dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sikap empati customer service merupakan faktor penting dalam penanganan keluhan. Empati ditunjukkan dalam bentuk penyampaian permohonan maaf yang tulus, bahasa yang positif, serta kesediaan untuk memahami sudut pandang nasabah. Sikap ini tidak hanya bersifat profesional namun juga bersifat interpersonal, sehingga nasabah merasa dihargai dan didengar secara individu (Sherwani et al., 2024).

Dalam penelitian tentang kualitas *e-banking* menemukan bahwa dimensi *empathy* memiliki korelasi positif dengan kepuasan nasabah, terutama ketika layanan terasa personal dan tidak hanya mekanis (Sherwani et al., 2024). Studi tersebut menegaskan bahwa kualitas komunikasi dan empati yang baik mampu meningkatkan persepsi nasabah terhadap layanan perbankan.

Selain itu, kejelasan informasi yang disampaikan oleh customer service

menjadi aspek penting lain yang berkontribusi terhadap kepuasan nasabah. Komunikasi yang jelas mencakup penjelasan prosedur penyelesaian masalah, langkah-langkah yang akan ditempuh, serta perkiraan waktu penyelesaian. Kejelasan seperti ini membantu mengurangi ketidakpastian dan kecemasan nasabah serta memperkuat kepercayaan terhadap institusi perbankan. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan lain yang menunjukkan hubungan positif antara komunikasi interpersonal customer service dengan kepuasan nasabah.

Komunikasi interpersonal yang efektif terbukti berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan nasabah, khususnya ketika customer service mampu menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. Interaksi yang komunikatif membantu mengurangi kesalahpahaman serta mempercepat proses penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah. Ketika informasi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan terstruktur, nasabah cenderung merasa lebih nyaman dan percaya terhadap layanan yang diberikan (Lidya Hezkiawati, 2024).

Selain kejelasan pesan, sikap ramah dan perhatian yang ditunjukkan oleh customer service juga memberikan dampak positif terhadap pengalaman nasabah. Pelayanan yang disertai dengan kesopanan, kesediaan mendengarkan, serta respons yang tidak terkesan terburu-buru mampu menciptakan suasana komunikasi yang lebih humanis. Kondisi ini membuat nasabah merasa dihargai sebagai individu, sehingga kepuasan terhadap layanan perbankan pun meningkat (Putri et al., 2016).

Kejelasan informasi dalam proses pelayanan juga berfungsi sebagai sarana untuk mengurangi rasa cemas dan ketidakpastian nasabah. Penjelasan yang transparan mengenai prosedur, tahapan penyelesaian masalah, serta estimasi waktu

layanan membantu nasabah memahami situasi yang mereka hadapi. Dengan demikian, nasabah tidak hanya menilai hasil akhir layanan, tetapi juga menghargai proses komunikasi yang terbuka dan informatif selama pelayanan berlangsung (Melinda, 2025).

Lebih lanjut, empati yang ditunjukkan oleh customer service menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan. Ketika petugas mampu menunjukkan pemahaman terhadap kondisi dan perasaan nasabah, serta merespons keluhan dengan sikap yang peduli dan solutif, hubungan antara nasabah dan pihak bank menjadi lebih kuat. Hal ini berkontribusi pada meningkatnya kepuasan nasabah sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap institusi perbankan.

4.3.3 Dampak Komunikasi Responsif terhadap Kepercayaan dan Citra Bank

Komunikasi responsif yang diterapkan oleh customer service tidak hanya berdampak pada kepuasan nasabah dalam jangka pendek, tetapi juga berperan penting dalam membentuk kepercayaan serta citra bank di mata nasabah. Ketika nasabah merasakan bahwa keluhannya ditanggapi secara profesional, cepat, dan solutif, akan terbentuk persepsi positif terhadap bank sebagai institusi yang memiliki kepedulian tinggi terhadap kebutuhan dan kenyamanan nasabah. Persepsi ini menjadi fondasi awal dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Penelitian terdahulu yang mengkaji kualitas pelayanan dan komunikasi dalam konteks customer service perbankan menunjukkan bahwa komunikasi

interpersonal yang efektif terbukti berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas nasabah melalui pembentukan pengalaman layanan yang positif (Riantana, 2023). Selain itu, dalam literatur sistematis, kualitas komunikasi interpersonal dan kualitas layanan secara keseluruhan dipandang sebagai faktor penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen dalam bisnis perbankan (Sudiana et al., 2023).

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *customer satisfaction theory* yang menegaskan bahwa kualitas interaksi antara customer service dan pelanggan akan memengaruhi persepsi menyeluruh pelanggan terhadap institusi penyedia layanan. Interaksi yang komunikatif, empatik, dan responsif akan menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan, yang selanjutnya berkontribusi pada pembentukan kepercayaan nasabah terhadap bank. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting bagi bank dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan intensitas penggunaan produk dan layanan perbankan.

Dengan demikian, komunikasi responsif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyelesaian keluhan nasabah, tetapi juga menjadi strategi strategis dalam membangun kepercayaan dan citra positif bank di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat. Komunikasi yang dilakukan secara konsisten dan profesional oleh customer service mampu memperkuat reputasi bank sebagai lembaga keuangan yang andal, peduli, dan berorientasi pada kepuasan nasabah, sehingga memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan hubungan antara bank dan nasabah.

Komunikasi responsif yang dijalankan secara berkelanjutan oleh customer service turut memengaruhi keterikatan nasabah terhadap bank. Ketika nasabah

merasa bahwa keluhan dan kebutuhannya ditangani dengan cepat serta disertai perhatian yang memadai, akan terbentuk pengalaman layanan yang bernilai. Interaksi semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyelesaian masalah, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara nasabah dan bank, sehingga mendorong keberlanjutan hubungan jangka panjang.

Kualitas komunikasi interpersonal yang baik juga berperan dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Penyampaian informasi yang jelas, sikap yang sopan, serta respons yang tepat waktu mencerminkan profesionalisme bank dalam melayani nasabah. Ketika komunikasi dilakukan secara efektif, nasabah cenderung menilai layanan bank lebih berkualitas dan dapat dipercaya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah (Arsyad & Alauddin, 2025).

Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif, kemampuan bank dalam menjaga komunikasi yang responsif dapat menjadi keunggulan strategis. Bank yang mampu mempertahankan kualitas interaksi pelayanan secara konsisten akan lebih mudah membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas komunikasi interpersonal customer service memiliki peran signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah, terutama ketika pelayanan dilakukan secara profesional dan menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah (Fadila et al., 2024).

4.3.4 Hambatan dan Upaya Customer Service dalam Menerapkan Komunikasi Responsif

Hambatan utama dalam penerapan komunikasi responsif berkaitan dengan keterbatasan sumber daya, baik sumber daya manusia, waktu pelayanan, maupun dukungan teknologi. Beban kerja yang tinggi serta jumlah petugas yang terbatas menyebabkan proses pelayanan tidak selalu berjalan optimal (Jusoh et al., 2025). Selain itu, sistem informasi yang belum terintegrasi secara menyeluruh juga berdampak pada lambatnya respons terhadap keluhan nasabah. Kondisi ini menyulitkan customer service untuk memberikan tanggapan yang cepat dan konsisten sesuai dengan harapan nasabah.

Tingginya beban kerja yang harus ditangani secara bersamaan juga berpengaruh terhadap kualitas komunikasi yang terjalin antara customer service dan nasabah. Dalam situasi tertentu, petugas dituntut untuk menyelesaikan banyak keluhan dalam waktu singkat, sehingga fokus pelayanan menjadi terbagi. Keadaan ini berpotensi menurunkan ketelitian dalam menyampaikan informasi serta memengaruhi kejelasan pesan yang diterima oleh (Karliadi & Erawati, 2023).

Selain faktor internal, perbedaan latar belakang dan karakteristik nasabah turut menjadi tantangan dalam mewujudkan komunikasi yang responsif. Tingkat pemahaman nasabah yang beragam terhadap produk, layanan, maupun teknologi perbankan sering kali mengharuskan customer service menyesuaikan cara penyampaian informasi. Proses penyesuaian ini memerlukan waktu tambahan,

sehingga respons terhadap keluhan tidak selalu dapat diberikan secara cepat (Basten et al., 2024).

Hambatan lainnya berkaitan dengan aspek teknis, khususnya sistem pelayanan yang belum sepenuhnya terintegrasi. Ketidakterpaduan antara berbagai kanal layanan, seperti sistem digital dan data internal, menyebabkan petugas membutuhkan waktu lebih lama untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Akibatnya, proses penanganan keluhan menjadi kurang efisien dan berpengaruh terhadap persepsi nasabah terhadap kecepatan layanan (Bakari et al., 2021)

Kondisi emosional nasabah juga menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi responsif. Nasabah yang menyampaikan keluhan dalam keadaan kecewa, cemas, atau marah memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih empatik dan persuasif. Tanpa keterampilan komunikasi interpersonal yang memadai, respons yang diberikan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan memperpanjang penyelesaian masalah.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, diperlukan upaya yang terencana dan berkelanjutan dari pihak perusahaan. Peningkatan kompetensi customer service melalui pelatihan komunikasi responsif, penguatan kemampuan pengelolaan emosi, serta pengembangan sistem layanan yang terintegrasi menjadi langkah penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang mendukung kecepatan akses informasi diharapkan mampu mempercepat respons dan meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan (Kamaruddin & Halim, 2019).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi pelayanan dalam penanganan keluhan nasabah di Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar, dapat disimpulkan bahwa pihak bank telah menunjukkan upaya yang cukup baik dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Hal ini tercermin dari cara Customer Service menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami, sikap yang sopan, serta kemampuan menjaga ketenangan dalam menghadapi keluhan nasabah.

Proses penanganan keluhan yang disertai dengan respons yang cepat dan penjelasan yang jelas memberikan pengaruh positif terhadap kondisi psikologis nasabah. Nasabah merasa lebih tenang setelah memperoleh penjelasan mengenai penyebab permasalahan serta tahapan penanganan yang akan dilakukan oleh pihak bank. Kejelasan informasi tersebut membantu mengurangi rasa khawatir dan ketidakpastian yang muncul akibat permasalahan layanan perbankan.

Selain kecepatan dan kejelasan informasi, sikap empati yang ditunjukkan oleh Customer Service juga menjadi aspek penting dalam komunikasi pelayanan. Kesiediaan untuk mendengarkan keluhan nasabah dengan penuh perhatian serta penyampaian permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi membuat nasabah merasa dihargai. Sikap empati tersebut mampu menciptakan hubungan komunikasi yang lebih baik antara pihak bank dan nasabah.

Komunikasi pelayanan yang dilakukan secara responsif dan empatik turut memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Cara penyampaian informasi yang jelas, ramah, dan tidak terkesan terburu-buru memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi nasabah, meskipun permasalahan yang dialami tidak selalu dapat diselesaikan secara langsung.

Secara keseluruhan, penanganan keluhan yang dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab dapat menjaga rasa percaya serta kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan Bank Mandiri. Dengan demikian, kualitas komunikasi dalam penanganan keluhan tidak hanya berfungsi sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi nasabah, tetapi juga berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar disarankan untuk terus mempertahankan serta meningkatkan kualitas komunikasi pelayanan dalam menangani keluhan nasabah. Pemberian informasi yang jelas, respons yang cepat, serta sikap empati perlu terus diutamakan agar kepercayaan dan kepuasan nasabah tetap terjaga.

Customer Service diharapkan dapat terus mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal, khususnya dalam menghadapi nasabah yang sedang mengalami keluhan. Pelatihan komunikasi pelayanan yang dilakukan secara berkala dapat menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan profesionalisme serta kualitas pelayanan yang diberikan.

Selain itu, pihak bank disarankan menyusun standar waktu penanganan keluhan (service level) yang lebih terukur, sehingga nasabah memiliki gambaran jelas mengenai estimasi penyelesaian masalah. Kepastian waktu ini dapat mengurangi kecemasan nasabah saat menghadapi kendala transaksi.

Bank juga perlu meningkatkan edukasi kepada nasabah mengenai prosedur penggunaan layanan seperti ATM, PIN, dan transaksi digital untuk meminimalkan kesalahan teknis yang sering menjadi sumber keluhan. Edukasi dapat dilakukan melalui brosur, media sosial, maupun penjelasan langsung oleh Customer Service.

Disarankan pula adanya sistem dokumentasi dan evaluasi keluhan yang terintegrasi, sehingga setiap kasus dapat dianalisis untuk menemukan pola permasalahan yang sering terjadi. Hasil evaluasi ini dapat menjadi dasar perbaikan sistem layanan ke depan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam kajian mengenai komunikasi pelayanan di bidang perbankan. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan cakupan informan yang lebih luas, perbandingan antar cabang bank, atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam, komprehensif, dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Raza, S. A., & Puah, C. H. (2022). Service excellence and customer loyalty in banking: The mediating role of customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 139, 427–436. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.011>
- Arsyad, K., & Alauddin, U. I. N. (2025). *Analisis Pengaruh Kualitas Komunikasi Dan Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah*. 4(1), 1–5.
- Bakari, A. R., Christina, C. H., Ninditya, D. P., & Iffan, M. (2021). *DIGITAL CUSTOMER SERVICE : THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION IN TECHNOLOGY*. 1(2), 403–409.
- Basten, J. Van, C, R. R. R., & Fitri, S. (2024). *Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima PT Omega Media Global*. 3(1), 275–284.
- Fadila, N., Putri, E., Arsyad, A. W., & Dwivayani, K. D. (2024). *Analisis Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank PT . BPD*. 5(2), 1695–1703.
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif komunikasi (Teori dan Praktek)* (D. S. RUDianto, Assoc. Prof. Dr.; Santoso, Assoc. Prof. Dr. Puji; Hajar (ed.); Pertama). UMSU Press.
- Faustyna. (2024). *Strategi Komunikasi Krisis Public Relations Digital di TikTok pada Dinas Pariwisata Medan Selama Pandemi COVID-19 : Analisis Kasus Pengelolaan Konten Inovatif*. 22(2), 288–307.
- Grégoire, Y., Salle, A., & Tripp, T. M. (2015). Managing social media crises with your customers: The good, the bad, and the ugly. *Business Horizons*, 58(2), 173–182. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.11.001>
- Hidayat, K., & Idrus, M. I. (2023). The effect of relationship marketing towards switching barrier, customer satisfaction, and customer trust on bank customers. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 29. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00270-7>
- Hossain, M. A., Rahman, M. K., & Islam, M. A. (2021). The impact of empathy on customer satisfaction in banking services: A study in Bangladesh. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 678–695. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2020-0415>
- Julian, D., & Puspitaningrum, D. (2025). *STRATEGI KOMUNIKASI BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BANK SYARIAH INDONESIA ' S COMMUNICATION STRATEGY IN HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA*. 17395–17402.
- Jusoh, M. S., Amlus, M., Ismail, M. S., Chin, H., Lee, J. W., Abashah, A., & Ahmad, R. (2025). Quality Service Issues: A Case Study in an Automotive

- Firm. *Journal of Posthumanism*. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i9.3307>
- Kamaruddin, S., & Halim, H. (2019). *Customer Relationship Management , Service Delivery and Responsiveness : A Supply chain Perspective for Customer ' s Retention*. 8(6), 211–216.
- Karliadi, A., & Erawati, D. (2023). *The Influence of Communication and Problem Handling Customer Satisfaction in Using Call Center Services (Study on Conventional Banks in the City of Palangka Raya)*. 6(2), 536–544.
- Kumar, S., Tomar, S., & Verma, D. (2019). Women's financial planning for retirement. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 120–141. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2017-0165>
- Kumar, V., Dixit, A., & Javalgi, R. R. G. (2020). Measuring and managing service quality: A review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102221. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102221>
- Lidya Hezkiawati, I. V. O. (2024). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Nasabah PT Bank Central Asia Tbk . KCP Kwitang) Lidya Hezkiawati S 1 , Ilona Vicenovie Oisina S 2 Universitas Persada Indonesia YAI*. 8(2), 9–18.
- Lily Nur Indahsari, Z. (2022). Strategi Komunikasi Customer Loan Service Dalam Pelayanan Kredit Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kc. Meda. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 2(1), 43–47.
- Melinda, G. (2025). *Peran Customer Service Dalam Mewujudkan Pelayanan Prima Melalui Komunikasi Interpersonal Pada Nasabah Yang Mengalami Kesulitan Menggunakan Layanan Digital Bank Sumsel Babel*. 2(1), 63–72. <https://doi.org/10.62387/naafi.v1i6.337>
- Moleong, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif (Revision)*. Rosda.
- Nadiri, H. (2016). Diagnosing the impact of retail bank customers' perceived justice on their service recovery satisfaction and post-purchase behaviours: an empirical study in financial centre of middle east. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 193–216. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1164925>
- Nguyen, T. T. H., Nguyen, T. D., & Nguyen, V. C. (2023). Challenges in customer service and their impact on bank reputation: Evidence from Vietnam. *International Journal of Hospitality Management*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103456>
- Nugraha, D. R., Army, W. L., & Rahayu, T. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Karawang*. 14(September), 2079–2086.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 94(1), 12–40. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2018.06.001>
- Putri, N. H., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2016). *PENGARUH*

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN MUTU. 4(2), 198–204.

- Reichheld, F. F. (2015). *The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World*. Harvard Business Review Press.
- Riantana, A. (2023). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL TATAP MUKA ANTARA CUSTOMER SERVICE DENGAN NASABAH DALAM. 2, 2433–2445.*
- Roschk, H., & Gelbrich, K. (2017). Compensation revisited: A social exchange perspective on the effects of compensation type and magnitude on post-recovery satisfaction. *Journal of Service Management, 28(4), 669–693.* <https://doi.org/10.1108/JOSM-09-2016-0247>
- Saleh, A., & Hardiyanto, S. (2023). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Pematang Johar dalam Pengelolaan Sampah Plastik Berbasis Ecobrick. 7(2), 358–367.*
- Sherwani, H., Ali, R. A., Azhar, M., & Mariam, S. (2024). *The Impact of E-Banking Service Quality , Particularly Empathy on Customer Purchase Intention with Mediating Effect of Customer Satisfaction. 3, 174–186.*
- Sudiana, D., Pratama, S., Elfa, Y., & Rahmantya, K. (2023). *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW : THE INFLUENCE OF INTERPERSONAL COMMUNICATION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY IN THE BANKING BUSINESS. 12(04), 752–757.*
- Sugiarti, Andalas, E. F., & Setiawan, A. (2020). *Desain Penelitian Kualitatif Sastra. Universitas Muhammadiyah Malang.*
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). *Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction : Empirical Evidence from Bank Study. 1, 93–106.*
- Voorhees, C. M., Fombelle, P. W., Gregoire, Y., Bone, S., Gustafsson, A., Sousa, R., & Walkowiak, T. (2017). Service encounters, experiences and the customer journey: Defining the field and a call to expand our lens. *Journal of Business Research, 79, 269–280.* <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.008>

LAMPIRAN





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mulikhar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedhn umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 22-10-2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : DWIKY ALFIANSYAH
N P M : 220311036A
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 123 sks, IP Kumulatif 35,0

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|--|------------------------|
| 1 | Strategi komunikasi Pemasaran By Garden Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram. | |
| 2 | Penggunaan komunikasi Responsif Dalam Menangani Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri Pematang Siantar. | <u>16 Oktober 2025</u> |
| 3 | Peran komunikasi Antaranggota Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Petani Jagung Di Desa Bukit Rejo | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan. Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.
Medan, tgl. 22 Oktober.....2025

Ketua,

Dr. Anhar Anshori, S.Sos, M.I.Wom
NIDN: 0127040401

034.22311

Pemohon,

Dwiky Alfiansyah
(DWIKY ALFIANSYAH)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi:





MAJELIS PENDEKIDAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1885/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **22 Oktober 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DWIKY ALFIANSYAH**
 N P M : 2203110364
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI CABANG PEMATANG SIANTAR**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 034.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 22 April 2026.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 30 Rabiul Akhir 1447 H
22 Oktober 2025 M



Assoc. Prof. Dr. ARBIN SALEH., MSP.
 NIDN: 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila merewangi surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Muktar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umu.ac.id> fisip@umu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 13 November 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DWIKY ALFIANSYAH
NPM : 2203110364
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1885 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal 13 November 2025 dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KEIHAN MASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI PEMATANG SIANTAR

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Dr. Anwar Arshori; S.Sos, M.I, Kom.

NIDN: 01 27 040401

Menyetujui
Pembimbing

Asoc. Prof. Dr. Fauzina

NIDN: 01 26127401

Pemohon,

(DWIKY ALFIANSYAH)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL II MIAH)
Nomor : 2119/UND/13.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 03 Desember 2025
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt 2
Pemimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMBIMBING | JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR |
|-----|--------------------------|-----------------------|--|---|--|
| 6 | REISHAQY JASMINE NUGRAHA | 2203110323 | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom | EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2 |
| 7 | ALYA TANEZA LUBIS | 2203110108 | Dr. FAZAL HANZAH LUBIS S.Sos., M.I.Kom. | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom | STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM CEPEK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DI DELIPARK KOTA MEDAN |
| 8 | DIVA CINTA TIARA ANGEILA | 2203110227 | Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom | KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DENGAN KARYAWAN DALAM MENJAGA KUALITAS PRODUKSI KARET DI PT. BRIDGESTONE SUMATERA RUBBER FSTATE |
| 3 | DWIKY ALFANSYAH | 2203110364 | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom | PENGUJIAN KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI PEMATANGSIANTAR |
| 10 | CAESAR AHMAD ZEBUA | 2203110027 | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom | PEMANFAATAN TEKNOLOGI KECEPERDASAN BUATAN (AI) DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING OLEH DRIVER ENTERTAINMENT |



SK-4

Medan, 07 Dumatuli Akhir 1447 H
27 November 2025 M
Dekan
(Asoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, MSP.)
UMSU
MOS STARS
MHS-PT



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menaruh surat ini agar dibuktikan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Dwiky Alfiansyah
 NPM : 2203110364
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Responsif Dalam Menangani Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/ Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | 22-10-2025 | Acc Judul | <i>[Signature]</i> |
| 2 | 29-10-2025 | Bimbingan BAB I | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 3 | 05-11-2025 | Bimbingan BAB II | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 4 | 12-11-2025 | Bimbingan BAB III | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 5 | 13-11-2025 | Acc Seminar Proposal | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 6 | 19-11-2025 | Bimbingan Pasca Seminar Proposal | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 7 | 07-01-2026 | Bimbingan BAB IV | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 8 | 14-01-2026 | Bimbingan BAB V | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 9 | 21-01-2026 | Bimbingan keseluruhan Tugas Akhir | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |
| 10 | 21-01-2026 | Acc Tugas Akhir | <i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i> |

Medan, 02 Februari .. 2026..



Ketua Program Studi,

Pembimbing,

[Signature]
 Dr. Amalia Saleh, S.Sos., MSP.

[Signature]
 Dr. Amir Anshori, S.Sos., M.I., Kom

[Signature]
 Assoc. Prof. Dr. Fauziah, S.Sos., M.M., M.

NIDN : 0127040401

NIDN : 0126127401

kon



DRAFT WAWANCARA

Strategi Komunikasi Responsif Customer Service dalam Menangani Keluhan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar

NAMA : DWIKY ALFIANYSAH (2203110364)

PRODI : ILMU KOMUNIKASI (HUMAS)

A. Pertanyaan Wawancara dengan Customer Service

1. Bagaimana cara Bapak menunjukkan sikap empati dalam menangani nasabah yang sedang marah atau kecewa akibat suatu permasalahan layanan?
2. Apa saja tantangan tersulit yang sering Bapak hadapi dalam menangani keluhan nasabah, baik yang berasal dari karakter nasabah maupun kendala sistem internal bank?
3. Saat nasabah datang membawa keluhan, langkah awal apa yang Bapak lakukan secara langsung untuk merespons keluhan tersebut?
4. Bagaimana peran supervisor dalam membantu Bapak menyelesaikan keluhan nasabah yang tidak dapat ditangani secara mandiri?
5. Menurut Bapak, seberapa penting komunikasi yang responsif dalam menjaga kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap Bank Mandiri?

B. Pertanyaan Wawancara dengan Supervisor

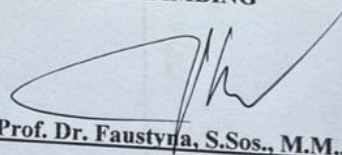
1. Customer Service dapat dikatakan telah menerapkan komunikasi responsif yang baik, serta apa saja indikator keberhasilannya?
2. Apakah Bank Mandiri memberikan pelatihan khusus kepada Customer Service terkait komunikasi responsif dalam pelayanan nasabah? Jika ya, apa manfaat dari pelatihan tersebut?
3. Bagaimana strategi komunikasi yang Bapak terapkan dalam menangani keluhan nasabah yang disampaikan melalui Customer Service?
4. Dalam kondisi seperti apa supervisor perlu turun tangan secara langsung untuk menangani keluhan nasabah?
5. Bagaimana Bapak menyikapi keluhan nasabah yang disebabkan oleh gangguan

C. Pertanyaan Wawancara dengan Nasabah

1. Apakah Ibu pernah menyampaikan keluhan kepada pihak Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar? Jika pernah, keluhan apa yang Ibu sampaikan?
2. Seberapa cepat dan jelas pihak bank dalam memberikan penjelasan serta solusi atas keluhan yang Ibu ajukan?
3. Apakah Ibu merasa pihak bank menunjukkan sikap empati terhadap keluhan yang Ibu sampaikan?
4. Bagaimana perasaan Ibu setelah keluhan tersebut ditangani oleh pihak Bank Mandiri?
5. Apakah cara komunikasi yang diberikan oleh pihak bank memengaruhi tingkat kepuasan Ibu terhadap pelayanan Bank Mandiri?
6. Apakah Ibu tetap merasa percaya dan nyaman menggunakan layanan Bank Mandiri setelah keluhan tersebut ditangani?

MENYETUJUI

PEMBIMBING



(Assoc. Prof. Dr. Faustya, S.Sos., M.M., M.i.Kom.)

NIDN: 0126127401



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bisa menjawab surat ini agar diabaikan nomor dan lampirannya

Nomor : 122/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026
 Lampiran : --
 Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 24 Rajab 1447 H
 13 Januari 2026 M

Kepada Yth : Supervisor Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar
 di-
 Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
 Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar, atas nama :

Nama mahasiswa : **DWIKY ALFIANSYAH**
 N P M : 2203110364
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI CABANG PEMATANG SIANTAR**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

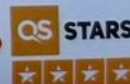
Dekan,



Cc : File.



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
 NIDN 0030017402





SURAT KETERANGAN
Nomor.R01.Br.PAR/046/2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bambang Sugiarto

Jabatan : Branch Operational Supervisor

Unit Kerja : Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dwiky Alfiansyah

NPM : 2203110364

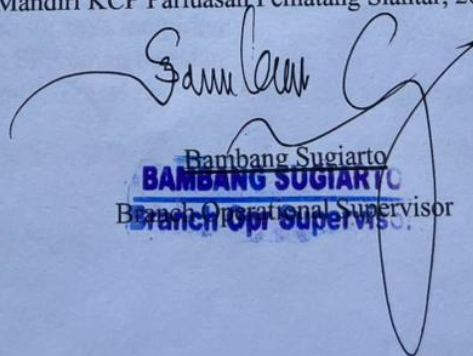
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Berdasarkan surat dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor 122/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2026 tentang Izin Mengadakan Penelitian, dan Benar telah mengadakan penelitian di Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar pada tanggal 16-20 Januari 2026 guna melengkapi data pada Penyusunan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Responsif Dalam Menangani Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri Cabang Pematang Siantar”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
KCP Pematangsiantar Parlu

Bank Mandiri KCP Parluasan Pematang Siantar, 20 Januari 2026


Bambang Sugiarto
BAMBANG SUGIARTO
Branch Operational Supervisor



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
PERPUSTAKAAN

Terdahului A Berdasarkan Keputusan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 00059/LAP/PT/IX/2018
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567
 NPT. 12713021000000 <http://perpustakaan.umma.ac.id> perpustakaan@umma.ac.id [perpustakaan.umma](https://www.perpustakaan.umma.ac.id)

SURAT KETERANGAN

Nomor: 00197/KET/II.I-AU/UMSU-P/M/2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : DWIKY ALFIANSYAH
 NPM : 2203110364
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Jurusan/ P.Studi : Ilmu Komunikasi

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 5 Sya'ban 1447 H
 24 Januari 2026 M



Kepala Perpustakaan,

Dr. Muhammad Arifin, M.Pd.



SURAT KETERANGAN
No. 1256/KET/KESKAP/II/2026

Dengan ini Redaktur Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Dwiky Alfiansyah
Institusi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Telah menyerahkan naskah artikel untuk diproses sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan oleh pengelola Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik.

Judul : Strategi Komunikasi Responsif Dalam Menangani
Keluhan Nasabah Oleh Customer Service Bank Mandiri
Cabang Pematang Siantar
Jumlah Halaman : 8 Halaman
Penulis : Dwiky Alfiansyah

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 07 Februari 2026

Redaktur Jurnal KESKAP



Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 286/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 11 Februari 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pembukaan : 13.00 WIB



| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | Waktu | TIM PENGUJI | | | Judul Ujian Tugas Akhir |
|-----|-----------------------|-----------------------|-----------|---|---|--|---|
| | | | | PENGUJI I | PENGUJI II | PENGUJI III | |
| 6 | DMIKY ALFIANSYAH | 2203110364 | 14.30 WIB | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom | Dr. FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | STRATEGI KOMUNIKASI RESPONSIIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BANK MANDIRI CABANG PEMATANG SIANTAR |
| 7 | REJENI ANJANI HARAHAP | 2203110275 | 14.30 WIB | Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom. | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom | Dr. FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | DAMPAK TEORI INKULIASI TENTANG KEPUTUSAN GEN Z MELAKSANAKAN RADAH UMROH MELALUI PT. GHANIA HAMMAADI HARAAHANI |
| 8 | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | |

Tgl. : 7 Wms 1/02/26

Medan, 21 Syaaban 1447 H
09 Februari 2026 M

Notulis Sidang:

Ditandatangani oleh :

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.
REKTOR

Asoc. Prof. Dr. ABRAR SALEH, MSP.

Panitia Ujian
Sekretaris
Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Dwiky Alfiansyah
Tempat/Tanggal Lahir : PKS Sei Meranti/22-10-2004
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Bukit Rejo, Kec. Sidamanik, Kab. Simalungun
Anak ke : 2 dari 3 bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Riono
Ibu : Nengsih Rohani

Riwayat Pendidikan

- Tamat dari TK Tunas Harapan, Bahtera Makmur, Tahun 2010, Berijazah
- Tamat dari SDN 028 Bahtera Makmur, Tahun 2016, Berijazah
- Tamat dari MTS AL-USMANIYAH Bagan Batu, Tahun 2019, Berijazah
- Tamat dari SMK PEMBANGUNAN Bagan Batu, Tahun 2022, Berijazah
- Kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Tahun 2022-2025