



**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*
OLEH *CUSTOMER SERVICE PERMATA BANK* CABANG TAMAN RATU
JAKARTA BARAT DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA
NASABAH PADA TAHUN 2023**



**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**DEWI FARDIANA
NIM 44219120030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Fardiana
NIM : 44219120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Oleh *Customer service Permata Bank* Cabang Taman Ratu Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Tahun 2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Februari 2024



Dewi Fardiana

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dewi Fardiana
NIM : 44219120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Oleh *Customer service Permata Bank* Cabang Taman Ratu Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Tahun 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0726067701



Ketua Penguji : Yuni Tresnawati, M.I.Kom
NIDN : 0326068001



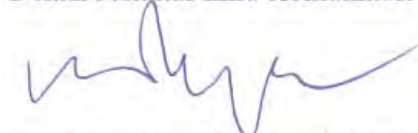
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, M.A.
NIDN : 0317089402



Jakarta, 25 Februari 2024

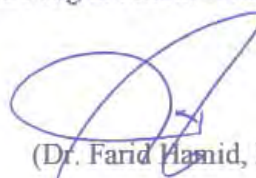
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Fardiana
NIM : 44219120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Oleh *Customer service Permata Bank* Cabang Taman Ratu Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Tahun 2023

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2024


Dewi Fardiana

ABSTRAK

Nama : Dewi Fardiana
NIM : 44219120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Oleh *Customer service Permata Bank* Cabang Taman Ratu Jakarta Barat Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Tahun 2023
Pembimbing : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang menarik untuk diteliti dikarenakan keberhasilan perusahaan yang bergerak di industri jasa adalah dari segi pelayanannya. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan kepada customer tidak sesuai yang diharapkan maka yang muncul adalah ketidakpuasan, yang pada gilirannya berdampak pada beralihnya customer ke layanan jasa pesaing. Oleh karena itu penting untuk membangun pelayanan yang excellence kepada customer guna meningkatkan kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi *Customer Relationship* Oleh *Customer service* Permata Bank Cabang Taman Ratu Jakarta Barat Dalam meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Tahun 2023.

Konsep penelitian yang digunakan yakni model CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibility, Empathy* dan *Responsiveness*) yang dikembangkan oleh (Othman & Owen, 2020) digunakan dengan beberapa modifikasi yang berfokus pada kualitas layanan pelanggan.

Paradigma penelitiannya menggunakan konstruktivistik. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melibatkan subjek penelitian sebanyak lima narasumber. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Analisis data penelitian menggunakan metode reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data yang digunakan yakni triangulasi sumber.

Hasil temuan penelitian dan kesimpulan menunjukkan bahwa *customer service* Bank Permata telah mengimplementasikan konsep model CARTER dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini terlihat dari *customer service* yang berorientasi nasabah dalam memberikan pelayanan, berkomunikasi dengan penuh kehati-hatian, transparan, dan jujur. Petugas *customer service* memiliki kemampuan didalam penggunaan teknologi informasi didalam menjalankan tugas pekerjaan, dan *customer service* mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada nasabah yang komplain dengan baik.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management, Customer service, Public Relations, Kepuasan Nasabah, Pelayanan*

ABSTRACT

Name : Dewi Fardiana
NIM : 44219120030
Study Program : *Communication Studies*
Title Internship Report : *Implementation of Customer Relationship Management (CRM) by Permata Bank Customer service Taman Ratu Branch, West Jakarta in Encreasing Services to Customers in 2023*
Counsellor : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom

Service quality is an interesting phenomenon to study because the success of companies operating in the service industry is in terms of their service. When the quality of service provided to customers is not as expected, what arises is dissatisfaction, which in turn has an impact on customers switching to competing services. Therefore, it is important to build excellent service to customers in order to increase customer satisfaction. Based on this description, the aim of this research is to determine the implementation of customer relationships by Permata Bank Customer service, Taman Ratu Branch, West Jakarta in assisting and encreasing services to customers in 2023.

The research concept used is the CARTER model (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibility, Empathy and Responsiveness) developed by (Othman & Owen, 2020) which is used with several modifications that focus on the quality of customer service.

The research paradigm uses constructivism. The research method used was descriptive qualitative involving five research subjects as sources. Research data was collected through in-depth interviews and literature study. Research data analysis uses data reduction methods, data presentation, drawing conclusions and verification. The data validity technique used is source triangulation

The research findings and conclusions show that Bank Permata customer service has implemented the CARTER model concept well in providing services to customers. This can be seen from customer service which is customer-oriented in providing services, communicating carefully, transparently and honestly. Customer service officers have the ability to use information technology in carrying out their work duties, and customer service is able to provide knowledge and understanding to customers who complain well.

Keyword: Customer Relationship Management, Customer service, Public Relations, Customer Satisfaction, Service

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kehadiran Allah S.W.T karena atas rahmat yang luar biasa memberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan proposal penelitian serta berkat doa, semangat dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak dalam proses penyusunan proposal penelitian mengenai “IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* OLEH *CUSTOMER SERVICE PERMATA BANK CABANG TAMAN RATU JAKARTA BARAT* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH PADA TAHUN 2023”. guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa penyelesaian Laporan penelitian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, memberikan saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si dan Ibu Anindita, S.Pd, M.I.Kom selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, serta dosen pembimbing mata kuliah riset saya di Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A, CPR selaku dosen penguji yang telah membantu dan memberikan saran untuk kesempurnaan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Ketua sidang Tugas Akhir Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom dan Penguji Ahli Bapak Engga Probi Endri, M.A.
5. Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom selaku Sekprodi PR 1 yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.

6. Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom selaku Sekprodi PR 2 yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
7. Orang tua terkasih Bapak Wagino dan Ibu Manisem serta suami tercinta yang telah memberikan dukungan penuh, doa, semangat dan kasih sayang serta support yang tidak henti hingga dapat menyelesaikan Laporan penelitian ini.
8. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk segala jasa-jasanya selama masa perkuliahan.
9. Kepada Dian, Ernawati, Rully Hardian, Melly Dwi Lestari , Muhammad Guntur yang sangat membantu dan meluangkan waktunya dalam penelitian ini.
10. Saudara – saudara terkasih Desi Fardila, Uwas Ratnanengsih, Nadya Marandhika, Masriah, yang telah memberikan masukan serta dorongan dalam penyelesaian proposal penelitian ini.
11. Teman – teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi : Anna Komalasari, Muhamad Yusuf, Andriansyah Romadhon, Arfan Muazin, Ovi risna Kartika, Imelda Dermasen, Widya dan Irkhas yang memberikan semangat dan support dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana kelas Reguler 2 angkatan 2019 yang memberikan masukan semangat serta mendoakan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala at memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada eliti baik di dunia maupun di akhirat kelak. Saya menyadari bahwa skripsi ini sih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya mengharapkan saran dan ikan yang membangun dari pembaca untuk perbaikan-perbaikandimasa yang n datang.

Jakarta, 25 Februari 2024



Dewi Fardiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1 Manfaat Akademis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Kajian Teoretis	33
2.2.1 Komunikasi.....	33
2.2.2 <i>Public Relations</i>	34
2.2.3 <i>Customer Relations</i>	35
2.2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	36
2.2.5 <i>Customer service</i>	43
2.2.6 Kepuasan Nasabah.....	58

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1 Paradigma Penelitian	62
3.2 Metode Penelitian	62
3.3 Subjek Penelitian	63
3.4 Teknik Pengumpulan Data	64
3.4.1 Data Primer	64
3.4.2 Data Sekunder	65
3.5 Teknik Analisa Data	66
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT Permata Bank, Tbk	70
4.1.2 Kinerja Keuangan	71
4.1.3 Visi & Misi	72
4.1.4 Nilai-Nilai PermataBank	72
4.1.5 Digital Banking	73
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Membangun <i>Relationships</i> Nasabah	74
4.2.2 Membangun Kepatuhan Nasabah	75
4.2.3 Komunikasi Transparan.....	75
4.2.4 Membangun Kepercayaan Nasabah	76
4.2.5 Sikap Menghadapi Nasabah Yang Komplain.....	77
4.2.6 Perilaku <i>Customer service</i> Pada Nasabah Yang Bermasalah.....	77
4.2.7 Kendala Yang Dihadapi <i>Customer service</i>	78
4.2.8 Komitmen <i>Customer service</i>	78
4.2.9 Masalah Yang Diterima dari Nasabah.....	79
4.2.10 Kendala Dalam Menyelesaikan Masalah.....	80
4.2.11 Teknologi Perbankan	80
4.2.12 Keluhan Nasabah di Catat.....	81
4.2.13 Solusi Kepada Nasabah	82
4.3 Persepsi Nasabah Terkait Petugas <i>Customer service</i>	83

4.4	Pembahasan	88
4.4.1	<i>Customer orientation</i>	90
4.4.2	<i>Organizational capability</i>	93
4.4.3	<i>Information technology</i>	96
4.4.4	<i>Customer knowledge management</i>	100
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1	Simpulan.....	103
5.2	Saran	104
5.2.1	Saran Akademis.....	104
5.2.2	Saran Praktis	105
	DAFTAR PUSTAKA	106
	LAMPIRAN PENELITIAN.....	111
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1 Matrik Hasil Penelitian	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk Keluhan Nasabah	4
Gambar 1.2 Inovasi Permata Bank dalam Meningkatkan <i>Customer Experience</i>	9
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman (1994)	68
Gambar 4.1 Logo Permata Bank	70
Gambar 4.2 Digital Banking Permata Mobile x	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Key Informan.....	111
Lampiran 2 Wawancara Informan	115
Lampiran 3 Wawancara Informan	118
Lampiran 4 Wawancara Informan	119
Lampiran 5 Wawancara Informan	121
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara.....	122
Lampiran 7 Surat Balasan Penelitian	123

