

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pola komunikasi *Customer Service* dalam melayani nasabah dan memberikan informasi produk yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola Komunikasi *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menggunakan pola komunikasi arsetif dengan metode sirkuler inilah yang menjadi cara *Customer Service* menyampaikan informasi, dengan beraneka ragam karakteristik yang dimiliki oleh nasabah mulai dari profil, pendidikan, *Gander*, dan lapisan masyarakat yang berasal dari latar belakang berbeda seperti daerah, asal-usul, suku, pengalaman, perilaku dan budaya. Dalam menjalankan perannya *Customer Service* selalu bersikap baik apabila bertanya dijawab dengan jelas, cepat, dan tepat sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh nasabah serta melakukan pembinaan hubungan yang baik dengan nasabah dan juga memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas, senang, dan semakin percaya terhadap Bank Sumsel Babel Sumsel Syariah Cabang Palembang. Sebagaimana yang dijelaskan di dalam hadist dan al-quran tentang memberikan kemudahan kepada setiap manusia. Jadi, fungsi *Customer Service* sangatlah penting dalam

sebuah perusahaan untuk memberikan informasi, mengatasi masalah, dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki *Customer Service* bisa bersikap ramah, sopan, dan sabar dalam menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

2. Cara *Customer Service* terhadap nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang memberikan informasi tentang produk kepada nasabah *Customer Service* menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik minat nasabah. Menjadi suatu hal yang harus terus diperbaiki dan dipertahankan mengingat persaingan di dunia perbankan untuk mempertahankan nasabah atau pun mencari calon nasabah. *Customer Service* merupakan jembatan penghubung bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Menunjukkan keunggulan-keunggulan produk yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ini pastinya sudah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. *Customer Service* harus merayu calon nasabah agar mau menggunakan jasa dari Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang yaitu dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan produk lewat brosur atau buku toolkit. Jadi produk yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah dan *Customer Service* harus menyampaikannya sesuai dengan usia, pendidikan, dan *gender* serta menggunakan bahasa dan gerak tubuh yang mudah dipahami oleh nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diatas penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang diharapkan selalu menanamkan jiwa Islami kepada *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan selalu mengikuti syariat Islam dalam setiap produk yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.
2. Kepada nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang diharapkan tetap menjalin komunikasi kepada dengan *Customer Service* sehingga timbul rasa saling mempercayai antara nasabah dan *Customer Service*, hubungan dengan nasabah yang sudah terjalin baik selama ini harus tetap terjaga hubungan ini harus dibina melalui etika yang sudah dijalankan lebih baik dari sebelumnya. Semakin lama berhubungan dengan nasabah kita akan tahu tentang perilaku nasabah, sehingga memudahkan *Customer Service* membina hubungan yang ada akan menimbulkan rasa ketertarikan sehingga terbina hubungan yang baik dan akrab.
3. Kepada masyarakat Sumatra Selatan alangkah baiknya untuk menjadi nasabah Bank yang ada diaerah kita seperti Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang yang mempunyai kontribusi untuk membangun wilayah Sumatra Selatan lebih baik lagi.

4. Penelitian ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, sehingga penulis berharap agar peneliti yang akan datang dapat mengembangkan lagi penelitian ini dengan teori lain.

## Daftar Pustaka

Dari Buku:

Al Quran, (2013). *Mushaf Al Quran Al Kafi*, Diponegoro: CV Penerbit

Effendy, Onong Uchjana., (2013). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya.

\_\_\_\_\_,(2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya

\_\_\_\_\_,(2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung:Remaja Rosdakarya

Firmansyah, M.Anang, (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: Deepublish

Harahap, Reni Agustian, S.St, M.Kes dan Fauzi eka putra, M.I.Kom, (2019). *Buku Ajaran Komunikasi Kesehata*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Imam, Nawawi, (2004). *Shahih Riyadhush Shalihin*, Jakarta: Pustaka Azzam

Kasmir, (2011). *Etika Customer Services*, Jakarta: Rajawali Pers

\_\_\_\_\_, (2018). *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik*, Depok: PT RajaGrafindo Persada

Liliwari,Prof. Dr. Alo. (2010). *Strategi Komunikasi Masyarakat*.Yogyakarta: LKIS

Natalina, Desiani dan Gilar Gandana, (2019). *Komunikasi dalam PAUD*, Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi

Nurudin, (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Maulana, Herdiyan dan Gugum gumela,( 2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta: Akademia Permata.

Morissan, ( 2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Mulyana, Deddy, Phd.( 2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.

Remaja Rosda Karya

Prof. Dr.A. Yusuf, Muri M.Pd.( 2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Roudhonah.(2019). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Undang – undang No. 10 Tahun 1998.

Dari Sumber Internet:

<http://banksumselbabel.com>, diakses pada 15 Agustus 2019