



Analisis Efektivitas *Service Excellent* terhadap Kepuasan Nasabah di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan

Adi Yasin Mualana Azis^{1*}, Dimas Arfiansah Putra², Muhammad Fadli³

¹⁻³Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

Email: deddyjuna87@gmail.com¹, pavasinadi29@gmail.com², dimassibocahcr@gmail.com³,
muhammadfadli15@gmail.com⁴

Alamat : Jl. PP Nurul Jadid, Dusun Tj. Lor, Karanganyar, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291

*Penulis Korespondensi

Abstract. *This study aims to examine the implementation of excellent service and its impact on the level of customer satisfaction at BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. The method used is qualitative with a case study design. The subjects of the study included 10 customers who had been loyal customers for more than five years, plus one teller and one customer service (CS). Data was obtained through in-depth interviews, direct observation, and document review, then analyzed using the Miles & Huberman framework that includes data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results showed that the majority of respondents (around 80%) felt very satisfied with the services provided. This is because employees are considered friendly, communicative, able to give clear directions, and foster trust. Meanwhile, a small percentage of customers (20%) expressed satisfaction but submitted notes, especially regarding the inconsistency of field officers in meeting the visit schedule. Interviews with tellers and CS also affirmed the commitment to providing excellent service through friendliness, thoroughness, and the ability to offer solutions to customer problems. In addition, it was found that personal interaction and emotional closeness between officers and customers also affect the perception of satisfaction. The trust built from quality services has an impact on long-term loyalty, which ultimately supports the sustainability of the bank's business. Overall, the excellent service practices at BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan have proven to be effective in increasing customer satisfaction and loyalty, although the reliability and consistency of service in the field still require attention and continuous evaluation.*

Keywords: *service, satisfaction, customers, loyalty, quality*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan mengkaji implementasi service excellent serta dampaknya terhadap tingkat kepuasan nasabah di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus. Subjek penelitian meliputi 10 nasabah yang telah menjadi pelanggan setia lebih dari lima tahun, ditambah satu teller dan satu customer service (CS). Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan penelaahan dokumen, kemudian dianalisis dengan kerangka Miles & Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden (sekitar 80%) merasa sangat puas terhadap layanan yang diberikan. Hal ini disebabkan karena karyawan dinilai ramah, komunikatif, mampu memberikan arahan secara jelas, serta menumbuhkan rasa percaya. Sementara itu, sebagian kecil nasabah (20%) menyatakan puas namun menyampaikan catatan, terutama mengenai ketidakkonsistenan petugas lapangan dalam memenuhi jadwal kunjungan. Wawancara dengan teller dan CS juga menegaskan adanya komitmen dalam memberikan layanan prima melalui keramahan, ketelitian, serta kemampuan menawarkan solusi atas permasalahan nasabah. Selain itu, ditemukan bahwa interaksi personal dan kedekatan emosional antara petugas dengan nasabah turut memengaruhi persepsi kepuasan. Kepercayaan yang terbangun dari layanan berkualitas berdampak pada loyalitas jangka panjang, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis bank. Secara keseluruhan, praktik service excellent di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas nasabah, meskipun aspek reliabilitas dan konsistensi pelayanan di lapangan masih memerlukan perhatian serta evaluasi berkelanjutan.

Kata kunci: layanan, kepuasan, nasabah, loyalitas, kualitas

1. LATAR BELAKANG

Service excellent adalah komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal ini dilakukan dengan memenuhi harapan dan kebutuhan mereka sesuai standar operasional yang telah ditetapkan, guna membangun kepuasan dan kepercayaan yang

pada akhirnya akan menciptakan pelanggan yang loyal (Damayanthi & Susanti, 2023). Oleh karena itu service excellent haruslah diterapkan oleh setiap pelaku usaha khususnya perusahaan. Salah satu bagian yang menjadi *front-line* pada perusahaan adalah yang bersentuhan langsung dengan pelanggan yaitu di bagian marketing, Sales dan Customer Service (Sudaria et al., 2021). Setiap masing-masing *front-line* harus melayani pelanggan sebaik-baiknya karena itu merupakan salah satu fundamental dalam berhasilnya suatu usaha. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus tetap terjaga dengan baik.

Kualitas Pelayanan merupakan bahasan yang sangat penting dalam pelayanan pelanggan, konsep kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran keberhasilan organisasi (Permatasari, 2020). Menurut Kotler yang dikutip oleh (Permatasari, 2020). kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima aspek, yaitu *assurance* (kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan terhadap kesepakatan yang dibuat), *reliability* (kemampuan menangani keluhan pelanggan secara terpercaya dan akurat), *empathy* (kesediaan memahami serta memberi perhatian pada permasalahan konsumen), *responsiveness* (kemampuan menyampaikan informasi secara jelas, cepat, dan mudah dimengerti), serta *tangible* (penampilan fisik yang rapi dan penggunaan peralatan yang mendukung pelayanan). Ketika berbagai aspek penting tersebut sudah diimplementasikan dan mampu membuat pelanggan merasanyaman; maka mereka akan mendapatkan kepuasan yang tercermin dari tingkah laku mereka.

Kepuasan pelanggan adalah hasil komparasi antara harapan konsumen dengan pengalaman yang mereka rasakan saat menggunakan suatu produk. Apabila kinerja produk sesuai atau melampaui harapan, konsumen akan merasa puas. Namun, jika kinerja produk berada di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas (Permatasari, 2020). Dapat kita ketahui di sini bahwa perlunya mengoptimalkan hal-hal yang dapat membuat ekspektasi pelanggan tercapai. Dalam industri perbankan salah satu hal yang dapat membuat kepuasan pelanggan meningkat adalah dari segi pelayanan. Kualitas pelayanan pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah bank. Jika pelayanan yang diberikan tidak memadai, hal ini dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas nasabah, meningkatkan risiko mereka beralih ke bank lain, serta merusak citra dan reputasi bank yang pada akhirnya dapat mengurangi minat calon nasabah untuk membuka rekening (Wijayanti, 2023). Semua bank seharusnya menerapkan *service excellent* terhadap nasabah, begitupun bank BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan.

BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan merupakan bank yang sedang kita teliti tentang *service excellent*-nya. Berlokasi di Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo. Permasalahan yang kita temukan di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan adalah perihal keluhan nasabah tabungan terhadap masalah pelayanan petugas lapangan yang kurang mengenakan yang pernah terjadi sekitar 3 tahun yang lalu. Apakah permasalahan seperti itu juga masih terjadi sekarang atau tidak, dan apakah pelayanan petugas bisa sangat menentukan kepuasan para nasabah, maka dari itu kita ingin menggali secara mendalam dan kami tuangkan dalam penelitian ini.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan relevansi *service excellence* dalam industri perbankan. Oleh (Laili & Rahman, 2024) di BSI KC Bojonegoro menemukan bahwa *service excellence* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. (Wati et al., 2024) menyimpulkan bahwa *service excellence* bersama kualitas produk mendorong pertumbuhan nasabah melalui peningkatan kepuasan dan rekomendasi layanan. (Maulana et al., 2023) pada Bank Muamalat menunjukkan bahwa *complaint handling* dan *service excellence* berdampak positif terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediator. (Muin et al., 2023) di BNI Bondowoso menegaskan pengaruh signifikan dimensi *ability*, *attitude*, *appearance*, *attention*, *action*, dan *accountability* teller terhadap kepuasan. Sementara itu, (Fince et al., 2022) membuktikan bahwa kualitas layanan *digital machines* di BCA Panakkukang-meliputi *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance*-juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Dari berbagai sumber di atas dapat kita ketahui bahwa penelitian sebelumnya telah mengkaji *service excellence* di sektor perbankan, baik pada bank umum, bank syariah, maupun BPR di berbagai daerah (Wati et al., 2023; Maulana et al., 2024; Muin et al., 2023; Fince, 2022). Namun, belum ditemukan penelitian yang meneliti secara khusus penerapan *service excellence* di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus lokasi yang belum pernah diteliti sebelumnya, sehingga hasilnya diharapkan memberikan gambaran kontekstual mengenai pelayanan prima di wilayah Kraksaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan *service excellence*, menganalisis hubungannya dengan kepuasan nasabah, serta menyusun rekomendasi peningkatan kualitas layanan di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. Urgensi penelitian ini bersifat akademis, yaitu mengisi celah literatur terkait studi *service excellence* pada BPR di Kraksaan; praktis, sebagai acuan manajemen dalam meningkatkan mutu pelayanan; dan sosial-ekonomi, yakni mendorong peningkatan kualitas layanan perbankan yang dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BPR di tingkat lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Service Excellent

Secara etimologis, *service* diartikan sebagai layanan, tugas, atau jasa, sedangkan *excellent* bermakna unggul, baik, atau sangat baik. Dengan demikian, *service excellent* dapat dipahami sebagai bentuk pelayanan yang berkualitas tinggi. Istilah ini merujuk pada usaha yang dilakukan untuk memberikan pengalaman layanan terbaik kepada pelanggan sehingga mereka memperoleh tingkat kepuasan yang maksimal. (Indira et al., 2025). Service excellent adalah bentuk pelayanan yang tidak hanya memenuhi standar minimum tetapi melampaui ekspektasi nasabah, sehingga menciptakan pengalaman positif. Dalam konteks bank, service excellent berarti memberikan layanan cepat, tepat, aman, ramah, dan konsisten, baik secara tatap muka (offline) maupun melalui layanan digital (online). Penelitian (Alhanani & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa penerapan service excellent terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun konteksnya di luar perbankan. (Nurkariani & Yani, 2021) menemukan bahwa service excellent bersama brand image dan kualitas produk berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah BPR. kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima aspek, yaitu:

- a. *assurance* (kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan terhadap kesepakatan yang dibuat)
- b. *reliability* (kemampuan menangani keluhan pelanggan secara terpercaya dan akurat)
- c. *empathy* (kesediaan memahami serta memberi perhatian pada permasalahan konsumen),
- d. *responsiveness* (kemampuan menyampaikan informasi secara jelas, cepat, dan mudah dimengerti), serta;
- e. *tangible* (penampilan fisik yang rapi dan penggunaan peralatan yang mendukung pelayanan).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan sebuah perasaan yang dirasakan manusia ketika apa yang ia harapkan sesuai (Utama & Murti, 2021). Kalau dalam aspek perbankan, kepuasan nasabah adalah perasaan yang dirasakan nasabah tergantung dengan kinerja sebuah bank. Jika kinerja perbankan tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, maka dia akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja dari perbankan tersebut tidak sesuai, maka dia akan merasakan ketidakpuasan, yang biasanya ditandai dengan beralih ke bank-bank lain. (Atmaja, 2021) menegaskan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan

terhadap loyalitas, sehingga peningkatan mutu layanan menjadi kunci mempertahankan nasabah perbankan. Menurut Wilkie (1994), kepuasan merupakan respon emosional yang muncul setelah seseorang mengevaluasi produk atau layanan yang telah digunakan. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti kesesuaian antara harapan dengan layanan yang diterima (*expectations*), manfaat yang dirasakan ketika menggunakan produk atau jasa (*performance*), perbandingan manfaat sebelum dan sesudah penggunaan (*comparison*), pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain dalam menggunakan layanan sejenis (*confirmation*), serta kesenjangan antara harapan dengan kinerja nyata yang diperoleh (*discrepancy*).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Lokasi penelitian adalah BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan, Kabupaten Probolinggo, dengan fokus pada penerapan service excellent dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Informan penelitian terdiri atas nasabah dan pegawai frontliner (teller, marketing, dan customer service) yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Analisis data dilakukan mengikuti model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode untuk memastikan validitas dan kredibilitas temuan penelitian.

Pemilihan pendekatan kualitatif studi kasus dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik pelayanan prima di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali secara mendalam pengalaman nasabah dan perspektif pegawai, sehingga hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga memberikan gambaran kontekstual yang dapat dijadikan dasar rekomendasi peningkatan kualitas layanan perbankan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 10 orang nasabah lama (lebih dari lima tahun menjadi nasabah), serta 1 orang teller dan 1 orang customer service (CS) di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. Proses wawancara dilakukan secara langsung dengan tujuan untuk mengetahui persepsi mereka mengenai penerapan *service excellent* dan kaitannya dengan kepuasan nasabah.

Hasil Wawancara dengan Nasabah

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas nasabah menilai pelayanan BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan sudah berjalan dengan baik. Dari total 10 orang nasabah, sebanyak 8 orang (80%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Mereka menilai pegawai, baik teller, CS, maupun petugas lapangan, selalu bersikap ramah, komunikatif, serta mampu memberikan arahan dengan jelas sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Seorang nasabah menyampaikan:

“Pelayanan di sini bagus, ramah, dan jelas. Saya merasa nyaman menabung di BPR ini, apalagi pegawainya asik kalau diajak komunikasi.” (Wawancara dengan N3, 2025)

Selain itu, sebagian nasabah juga menambahkan bahwa pelayanan yang diberikan menumbuhkan rasa percaya sehingga mereka merasa aman dan tetap setia menjadi nasabah selama bertahun-tahun. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi pelayanan yang membuat nasabah loyal.

Sementara itu, 2 orang nasabah (20%) menyatakan puas terhadap pelayanan. Meskipun secara umum menilai pegawai sudah ramah dan komunikatif, mereka memberikan catatan mengenai petugas lapangan. Menurut mereka, terdapat momen tertentu ketika petugas lapangan lupa menghampiri nasabah pada hari yang biasanya dijadwalkan untuk menabung. Salah seorang responden menyatakan:

“Pelayanannya sudah baik dan jelas, tapi kadang petugas lapangan lupa datang di hari biasanya. Mungkin karena ada kesibukan atau kelupaan saja, tapi sejauh ini saya tetap puas.” (Wawancara dengan N7, 2025)

Menurut (Journal & Engineering, 2020) kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang baik secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah. Walaupun demikian, para nasabah yang memberikan catatan tersebut tetap menegaskan bahwa secara keseluruhan pelayanan di BPR sudah baik dan sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, seluruh responden, baik yang menyatakan sangat puas maupun puas, menilai bahwa pelayanan BPR mampu memberikan pengalaman positif.

Tabel 1. Ringkasan Penilaian Nasabah terhadap Pelayanan BPR.

Tingkat kepausan nasabah	Persentase kepuasan	Jumlah responden	keterangan
sangat puas	80%	8 orang	Pegawai ramah, komunikatif, arahan jelas, menumbuhkan rasa percaya
puas	20%	2 orang	Pelayanan baik, namun petugas lapangan kadang lupa menghampiri nasabah

Hasil Wawancara dengan Pegawai Frontliner

Wawancara dengan pegawai frontliner (teller dan CS) memperlihatkan adanya komitmen dalam memberikan pelayanan prima. Teller menegaskan bahwa ketelitian merupakan aspek terpenting dalam pelayanan agar nasabah merasa aman:

“Saya selalu berusaha teliti dalam setiap transaksi supaya nasabah merasa tenang dan percaya. Kalau sampai ada kesalahan, nasabah pasti ragu, jadi ketelitian itu wajib.” (Wawancara dengan Teller, 2025)

Di sisi lain, CS menekankan pentingnya sikap ramah, pelayanan yang komunikatif, dan pemberian solusi atas permasalahan yang dihadapi nasabah:

“Saya berusaha selalu ramah dan memberi penjelasan yang jelas. Kalau ada nasabah bingung, saya bantu sampai mereka paham. Itu yang membuat mereka betah.” (Wawancara dengan CS, 2025)

Kedua pegawai tersebut menyampaikan bahwa pelayanan prima (*service excellent*) sudah menjadi bagian dari budaya kerja mereka, baik melalui sikap ramah, komunikasi yang baik, maupun kecepatan dan ketelitian dalam melayani nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan mendapatkan respon positif dari nasabah maupun pegawai. Mayoritas nasabah merasa sangat puas, sedangkan sebagian kecil menyatakan puas dengan catatan kecil terkait konsistensi pelayanan petugas lapangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan *service excellent* di BPR telah berjalan efektif dan mampu menciptakan kepuasan nasabah, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam aspek tertentu.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapan *service excellent* di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan telah berjalan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari mayoritas nasabah. Sebanyak 80% nasabah menyatakan sangat puas, sementara 20% menyatakan puas dengan catatan adanya kendala kecil pada pelayanan petugas lapangan.

Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan BPR mampu menciptakan kepuasan, kenyamanan, serta rasa percaya yang mendorong loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan layanan lebih dari lima tahun.

Jika ditinjau dari teori kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Permatasari (2020), temuan penelitian ini mengkonfirmasi pentingnya lima dimensi utama dalam *service excellent*:

a. **Assurance.**

Pegawai dinilai berhasil menumbuhkan kepercayaan melalui sikap ramah, sopan, dan ketelitian dalam melayani transaksi. Hal ini selaras dengan pernyataan teller yang menekankan pentingnya ketelitian agar nasabah merasa aman. Kepercayaan ini menjadi modal penting bagi BPR dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

b. **Reliability.**

Layanan dinilai sudah cukup dapat diandalkan. Namun, adanya catatan dari sebagian kecil nasabah bahwa petugas lapangan kadang tidak datang pada jadwal tertentu menunjukkan bahwa aspek reliabilitas belum sepenuhnya konsisten. Meski keluhan ini tidak dominan, hal tersebut tetap perlu mendapat perhatian agar kepuasan nasabah tidak menurun di kemudian hari.

c. **Empathy.**

Sikap ramah, keterbukaan, dan kepedulian pegawai, khususnya CS, menunjukkan penerapan empati yang baik. Nasabah merasa diperhatikan dan didampingi ketika menghadapi kesulitan. Hal ini sesuai dengan pandangan bahwa empati merupakan salah satu kunci untuk menciptakan kedekatan emosional dengan nasabah.

d. **Responsiveness.**

Respon cepat dan pemberian arahan yang jelas dari pegawai dirasakan membantu nasabah dalam memahami prosedur transaksi. Hal ini mendukung persepsi bahwa pegawai mampu tanggap terhadap kebutuhan nasabah, yang menjadi salah satu faktor pembeda dalam kualitas pelayanan perbankan.

e. **Tangibles.**

Meskipun tidak banyak disorot oleh responden, penampilan pegawai yang rapi dan profesional mendukung terciptanya citra positif bank di mata nasabah. Faktor ini meskipun dianggap sederhana, tetap berkontribusi pada persepsi kepuasan.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Laili & Rahman (2024) yang menemukan bahwa *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, serta penelitian Muin et al. (2023) yang menekankan peran penting teller dalam menjaga kepuasan melalui sikap ramah dan teliti. Di sisi lain, catatan mengenai kurang konsistennya

petugas lapangan memperkuat temuan Wijayanti (2023) bahwa kualitas pelayanan yang tidak merata dapat menurunkan kepuasan dan berisiko mengurangi loyalitas nasabah.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa *service excellent* tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga menjadi faktor penentu loyalitas jangka panjang. Fakta bahwa responden penelitian ini merupakan nasabah lama dengan masa keanggotaan lebih dari lima tahun memperlihatkan bahwa pelayanan yang konsisten, ramah, dan terpercaya dapat mempertahankan kepercayaan nasabah dalam jangka panjang. (Rasyid & Latifah, 2023) membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam menciptakan kepuasan nasabah bank syariah, dibandingkan faktor promosi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *service excellent* di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan sudah efektif, namun tetap memerlukan evaluasi pada aspek reliabilitas petugas lapangan agar kepuasan nasabah dapat terus meningkat. Penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa kepuasan nasabah pada layanan BPR tidak hanya dipengaruhi oleh produk keuangan yang ditawarkan, tetapi terutama oleh kualitas interaksi dan konsistensi pelayanan pegawai.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan *service excellent* terhadap kepuasan nasabah di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan telah berjalan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari mayoritas nasabah. Dari sepuluh nasabah lama yang diwawancarai, sebanyak delapan orang (80%) menyatakan sangat puas karena pelayanan pegawai dinilai ramah, komunikatif, dan mampu memberikan arahan dengan jelas sehingga menumbuhkan rasa percaya dan kenyamanan. Dua orang nasabah (20%) menyatakan puas dengan pelayanan, namun memberikan catatan mengenai kurang konsistennya petugas lapangan yang kadang lupa menghampiri nasabah pada hari tertentu. Wawancara dengan teller dan customer service juga menunjukkan adanya komitmen pegawai dalam memberikan pelayanan prima melalui sikap ramah, ketelitian dalam transaksi, serta pemberian solusi atas kendala yang dihadapi nasabah. Temuan ini memperlihatkan bahwa penerapan *service excellent* di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan sudah efektif dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah, meskipun masih terdapat ruang perbaikan pada aspek reliabilitas.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah agar manajemen BPR terus mempertahankan pelayanan prima yang sudah berjalan dengan baik, khususnya dari sisi keramahan, komunikasi, dan ketelitian pegawai. Selain itu, perlu adanya peningkatan

konsistensi pada pelayanan petugas lapangan agar aspek reliabilitas semakin kuat dan kepuasan nasabah semakin terjaga. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak responden, membandingkan dengan BPR lain, atau menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu jumlah responden terbatas hanya pada sepuluh nasabah lama, satu teller, dan satu customer service, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan untuk seluruh nasabah BPR. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif membuat hasil penelitian lebih bersifat deskriptif dan kontekstual. Oleh karena itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden yang lebih besar serta melibatkan objek penelitian yang lebih beragam agar hasilnya lebih luas dan mendalam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan yang telah memberikan izin dan dukungan dalam proses pengumpulan data, serta kepada teman-teman yang turut membantu dan memberikan semangat selama penelitian hingga terselesaikannya artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alhanani, G., & Santoso, B. (2023). Dampak service excellent terhadap kepuasan pelanggan Salon Strawberry. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 6(3), 397–403. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.55025>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Damayanthi, K. M., & Susanti, L. E. (2023). Analisis penerapan excellent service front office untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(9), 2067–2072. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i9.545>
- Fince, K., Kadir, N., & Jusni. (2022). The effect of service quality using digital machine on customer satisfaction (Case study at PT. Bank Central Asia, Tbk Panakkukang Main Branch Office, Makassar). *Scientium Management Review*, 1(2), 43–59. http://140.116.249.155/file.php/66423/CB_Final-Telecom_in_Vietnam.pdf
- Indira, C. K., Hernama, R., Mariani, S., Hermawati, S., Handayani, H., Martani, M., Utami, B., Handrijaningsih, L., Soenhadji, I. M., Sariyati, S., Murtiasih, S., Anisah, A., Suhendra, S., Utomo, E. S., Perdana, E., Agustin, S. K., & Ardiansyah, I. (2025). Peningkatan

pemahaman service excellent untuk siswa menengah kejuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5470–5474. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.2001>

Journal, I., & Engineering, O. F. (2017). 3 1,2&3. 6(10), 362–365.

Laili, P. N., & Rahman, T. (2024). Excellent service dalam mempertahankan loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(2), 279–287. <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/20644>

Maulana, C. Z., Desiana, L., & Melinia, P. (2023). The effect of complaint handling and service excellence on customer loyalty: A survey on Muamalat Digital Islamic Network customers of PT Bank Muamalat Branch Office. *International Collaboration Conference on Economics, Innovation, and Society (ICCEIS)*, January. <https://icceis.apseii.org/index.php/icceis/article/view/31>

Muin, M. F., Sari, M. I., & Dewi, I. P. S. (2023). Pengaruh pelayanan prima teller terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Bondowoso. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(10), 4584–4593. <http://www.m.merdeka.com>

Nurkariani, N. L., & Yani, L. S. P. (2021). Pengaruh brand image, service excellent, dan product quality terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Indra Candra. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 150–162. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.747

Permatasari, A. (2020). Pelaksanaan pelayanan publik yang berkualitas. *Decision: Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 51–56. <https://doi.org/10.23969/decision.v2i1.2382>

Rasyid, A. S., & Latifah, F. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan teknik promosi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 360–362. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/13944/5542>

Sudaria, Putra, A. S., & Novembrianto, Y. (2021). Sistem manajemen pelayanan pelanggan menggunakan PHP dan MySQL. *Tekinfo*, 22(1), 100–117.

Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan nasabah sebagai mediator pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 79–86.

Wati, M., Mustamin, A., Supriadi, S., & Nur, A. (2024). Boosting customer growth: The impact of service excellence and product quality at Bank Muamalat KCP Gowa, South Sulawesi. *Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 4(2), 115–134. <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i2.35319>

Wijayanti, K. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah: Studi kasus Bank Mandiri. *Ahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 409–417. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1828>