



Peranan *account officer* (AO) dalam memberikan pelayanan dan meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. BPR Ciledug Dhana semesta di tengah pandemi *corona virus disease* 2019

Firli Yoga Pradipta¹, Ahmad Toni²

^{1,2}Universitas Budi Luhur

¹firlipradipta@gmail.com, ²ahmad.toni@budiluhur.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 12 Agustus 2022

Disetujui 20 Agustus 2022

Diterbitkan 25 September 2022

Kata kunci:

Bank perkreditan rakyat;

Account officer;

Komunikasi organisasi;

Kepuasan pelanggan;

Covid19

Keywords :

Bank Perkreditan Rakyat

(BPR); Account officer service;

Organizational communication;

Customer satisfaction level;

Covid-19

ABSTRAK

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum karena BPR dilarang menerima simpanan giro, kegiatan valas, dan perasuransian. Banyaknya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) saat ini membuat persaingan semakin ketat dan berlomba untuk memperoleh peringkat paling baik dimata masyarakat, khususnya PT. BPR Ciledug Dhana Semesta. Oleh sebab itu diperlukan strategi analisis yang baik oleh masing-masing bank guna meningkatkan laba dan memiliki kualitas yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Account Officer dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT. BPR Ciledug Dhan di tengah pandemi *corona virus disease* 2019. Penelitian ini menggunakan metode analisa deskriptif, yaitu menggambarkan secara keseluruhan peranan Account Officer di PT. BPR Ciledug Dhana Semesta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dengan baik hingga nasabah terpuaskan dengan pelayanannya sehingga terjadinya loyalitas nasabah sehingga BPR tidak kehilangan nasabah yang menyebabkan kerugian atau kehilangan pendapatan yang cukup besar serta pemanfaatan digital teknologi untuk memudahkan kebutuhan nasabah. Tujuan dari ini semua tentunya untuk menjaga stabilitas sistem keuangan, agar kepentingan masyarakat dan kepentingan perekonomian nasional tetap terjaga khususnya di dunia perbankan.

ABSTRACT

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) is a Bank that conducts business activities conventionally or based on sharia principles, which in its activities does not provide services in payment traffic, BPR activities are much narrower when compared to the activities of commercial banks because BPR is prohibited from receiving current deposit, foreign exchange activities, and insurance. The number of People's Credit Banks (BPR) is now making competition more intense and vying for the best rating in the eyes of the public, especially PT. BPR Ciledug Dhana Semesta. Therefore, a good analysis strategy is needed by each bank to increase profit and have good quality. This study aims to determine the role of Account Officers in increasing customer loyalty at PT. BPR Ciledug Dhan in the midst of the 2019 corona virus disease pandemic. This study uses a descriptive analysis method, which describes the overall role of the Account Officer at PT. BPR Ciledug Dhana Semesta. The results of the study indicate that customer needs can be met properly until customers are satisfied with their services so that customer loyalty occurs so that BPR does not lose customers causing substantial losses or loss of income as well as utilizing digital technology to facilitate customer needs. The purpose of all of this is of course to maintain financial system stability, so that the interests of the community and the interests of the national economy are maintained, especially in the banking world.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Sampai saat ini, *virus Corona COVID-19* masih menghantui masyarakat dunia. Tak hanya karena jumlah kasusnya yang terus naik, tetapi cara penularannya pun semakin bervariasi sehingga membuat masyarakat khawatir. Beberapa waktu lalu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan bahwa penyebaran *virus Corona* bisa terjadi melalui udara dan kontak fisik yang terjadi (Wicaksono & Nurfianti, 2021).

Sejak masuknya Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) ke Indonesia awal tahun 2020, hampir semua aspek kehidupan masyarakat terkena dampaknya dalam waktu yang relatif singkat. Terlebih

saat ini, Pemerintah bersama-sama masyarakat tengah berupaya menghentikan penularan dengan memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah yang memang jumlah penduduk terinfeksi relatif tinggi. Masyarakat diharapkan dapat berperan untuk tetap diam di rumah, kurangi aktifitas sosial atau bahkan stop sementara aktifitas sosial, stop berhubungan fisik secara dekat, gunakan masker untuk mencegah terjadi penularan (Rusman et al., 2021). Sebagai akibat dari upaya kita bersama untuk mencegah penyebaran Covid-19, tentu sektor ekonomi menjadi menurun, aktivitas bisnis dihentikan dan hanya sektor usaha tertentu yang diperbolehkan tetap jalan, antara lain usaha yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok, pelayanan kesehatan dan keuangan masyarakat. Sebagian masyarakat menjadi berkurang penghasilannya atau bahkan tidak berpenghasilan untuk sementara waktu, sementara itu pengeluaran berbagai biaya hidup tentu harus tetap terjadi. Kondisi seperti ini tentu akan berdampak pada usaha di sektor keuangan, khususnya perbankan (Sayuti & Hidayati, 2020).

Protokol kesehatan penanganan Covid-19 telah mengatur sejumlah langkah pencegahan penyebaran virus corona seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar, Ketentuan Work From Home (WFH) dll, yang menyebabkan beberapa perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar hingga terjadinya pemutusan/pengurangan karyawan, pemotongan pendapatan hingga status karyawan yang di rumahkan tanpa adanya pendapatan dan ironisnya pelaku usaha pun mengalami dampak yang signifikan terkait adanya kebijakan tersebut. Dan ini sangat berdampak pada pendapatan salah satunya BPR yang mengandalakan pendapatan bunga accrual dari nasabah karena hampir rata-rata nasabah dari BPR adalah karyawan dan UMKM menengah kebawah (Badrudin et al., 2017). Dengan adanya covid 19 ini hampir semua nasabah minta keringanan bahkan penundaan pembayaran angsuran yang artinya pendapatan BPR pun jadi bermasalah karena satu satunya pendapatan BPR adalah dari bunga yang dibayarkan oleh nasabah, sedangkan BPR harus membayar gaji karyawan, bunga deposito dan memberikan kredit baru kepada nasabah (Putri et al., 2020). Jika ini terus berlangsung maka BPR akan mengalami kesulitan likuiditas yang cukup signifikan. Maka disinilah peran dari seorang pimpinan perusahaan melalui seorang Account Officer (AO) untuk bisa mengatasi situasi saat ini (Hardjana, 2016). Jika kita amati dari apa yang dipaparkan diatas kondisi saat ini, sebagian nasabah peminjam (debitur) mikro dan kecil maupun karyawan betul-betul terpuruk, sehingga tidak memiliki kemampuan untuk membayar angsuran kreditnya. Di sisi lain, nasabah penyimpan (penabung dan deposan) juga memerlukan dana untuk menopang biaya hidup sehari-hari, sehingga sebagian akan mengambil dananya di bank, walaupun masih ada sebagian masyarakat yang tetap bisa menabung, karena bisa work from home (WFH), misalnya yang bisa memanfaatkan salah satunya adalah layanan digital. Menghadapi kondisi semacam ini, Perbankan, termasuk Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang memang selama ini banyak melayani masyarakat kecil (sebagian besar adalah pelaku umkm) tentu harus bertindak secara bijak dan mengedepankan sisi kemanusiaan (Muchamad Taufiq, 2021). Di satu pihak, BPR harus bijak menangani debitur yang kesulitan dalam pembayaran angsuran, di pihak lain BPR tetap harus dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah penyimpannya. Hal ini tentu akan berdampak pada kondisi likuiditas dan permodalan BPR (Susetiyo, 2019).

Bank merupakan lembaga perantara (Financial Intermediaries) sebagai Sarana pendukung yang sangat vital untuk menunjang kelancaran perekonomian. Banyaknya bank saat ini membuat persaingan semakin ketat dan berlomba untuk memperoleh peringkat paling baik dimata masyarakat, khususnya PT. BPR Ciledug Dhana Semesta (Sumarni, 2021). Oleh sebab itu diperlukan peranan yang baik oleh masing-masing bank guna meningkatkan laba dan memiliki kualitas yang baik. Salah satu cara bank yang tepat adalah dengan memanfaatkan peranan seorang Account Officer di bank atau instansi tersebut. Hampir disetiap bank memiliki seorang Account Officer dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang datang secara baik dan langsung, karena pelayanan Account Officer sangat penting dan tulang punggung kegiatan operasional dalam perbankan. Tanpa adanya peranan seorang Account Officer maka sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan (Kholis, 2018).

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sendiri adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha dan keuntungan BPR (Meriyati & Hermanto, 2021). Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. PT. BPR Ciledug Dhana Semesta mulai beroperasi sejak tanggal 21 Agustus 1991 berdasarkan izin usaha perbankan Menteri Keuangan Republik Indonesia yang tertuang dalam Keputusan Menteri Keuangan

Republik Indonesia Nomor: KEP–243/KM.13/1991, tertanggal 21 Agustus 1991.

Keuntungan BPR sendiri diperoleh dari spread effect dan pendapatan bunga, yang tentunya tak lain ujung tombak dari berjalan atau tidaknya roda perusahaan (BPR) adalah Account Officer sebagai posisi terdepan yang mewakili perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, Karena peran dari seorang Account Officer (AO) adalah memasarkan produk, menganalisa calon debitur dan menjaga kualitas kredit nasabah yang nantinya bunga dari pembayaran angsuran akan di akui sebagai bunga accrual atau pendapatan setiap bulannya sebagai keuntungan perusahaan jadi maju atau tidaknya perusahaan tersebut tergantung bagaimana peran seorang Account Officer (AO) didalamnya (VR, 2011). Namun disaat ini dengan terjadinya pandemi covid-19 corona virus banyak terjadi pergeseran budaya dan makna yang disampaikan oleh pemerintah di mata masyarakat/nasabah yang membuat seorang Account Officer (AO) merubah banyak cara dalam menjalankan roda perusahaan tersebut.

Begitu pentingnya pelayanan (*service people*) dalam industri perbankan, jika pelayanan yang diberikan kurang optimal, asal-asalan dan tidak melihat kebutuhan konsumen maka bisa jadi hal ini justru akan merusak citra baik bank (Bayanuloh, 2019). Ada kemungkinan konsumen akan pergi dan menggunakan penyedia jasa kompetitor lain. Baik buruknya pelayanan akan mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen. Jika pelanggan puas, maka mereka akan tetap bertahan dan loyal untuk terus menggunakan produk/jasa bisnis bank yang bersangkutan. Account Officer di PT. BPR Ciledug Dhan memiliki peranan yang sangat vital dalam operasional perusahaannya, karena hampir sebagian besar kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan melalui Account Officer. Mulai dari penyaluran pembiayaan kepada nasabah, menganalisa 5C nasabah, kemudian menyetujui atau menolak pengajuan pembiayaan nasabah. Apabila pembiayaan telah disetujui Account Officer juga bertugas melakukan penagihan kewajiban kepada nasabah. Account Officer juga bertugas melakukan funding dana meliputi mencari nasabah yang ingin menabung atau nasabah yang ingin melakukan deposito (Indonesia, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Account Officer dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT. BPR Ciledug Dhan di tengah pandemi *corona virus disease* 2019.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis data untuk menganalisa data penelitian, penulis menggunakan analisa deskriptif, yaitu menggambarkan secara keseluruhan peranan Account Officer di PT. BPR Ciledug Dhana Semesta. Maka penulis menggunakan metode untuk mencari data. Metode-metode itu adalah:

1. Riset Lapangan (Field Research) yaitu peninjauan langsung ke objek penelitian yang dipilih untuk meneliti hasil data skunder. Data yang diperlukan ada pun cara riset lapangan ini adalah dengan mewawancarai langsung kepihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini adalah PT. BPR Ciledug Dhana Semesta atau instansi yang terkait (Maghfirah & BZ, 2016).
2. Riset Perpustakaan (Library Research), yaitu penyelidikan yang dilakukan melalui kepustakaan atau pun buku-buku ilmiah dan tulisan-tulisan yang ada hubungannya dengan pembahasan yang dilakukan. Penelitian perpustakaan ini bersifat teoritis, dimana dapat diaplikasikan dengan teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini. Metode Analisa Data, menurut (Moleong, 2007) Penulis menggunakan analisa kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Surya & Rofiq, 2021). Terutama tentang peranan Account Officer dalam memberikan pelayanan dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Dengan metode ini penulis mencoba memberikan fakta-fakta atau kenyataan yang dialami dengan teori-teori yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pesatnya perkembangan perbankan khususnya untuk BPR di tanah air, salah satunya dari sektor pembiayaan disebabkan semakin gencarnya informasi dan edukasi yang diterima oleh nasabah. Salah satu faktor terakomodirnya keperluan akan informasi dan edukasi mengenai produk-produk pembiayaan bank tersebut adalah dengan adanya upaya perbankan untuk memiliki sumber daya insani yang memiliki skill dan kompetensi pada sektor pembiayaan ini. Di sinilah peran seorang account officer banyak dilibatkan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah guna mengatasi persaingan yang terjadi antar BPR.

Namun ditengah Wabah pandemi Covid-19 saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi Account

Officer dalam memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah sehingga nasabah merasa terpenuhi kebutuhannya sehingga menjadi nasabah yang loyal. Tapi situasi saat ini Account Officer berubah berbagai hal dalam memberikan pelayanan dan tidak bisa menggunakan cara lama, Karena hal yang terjadi saat ini memaksa suatu individu/kelompok/institusi/negara, untuk mengubah pola hidup dan prilakunya selama ini. Jika individu/kelompok/institusi/negara, tidak melakukan perubahan, maka dengan sendirinya perubahan tersebut yang akan melindasnya, tanpa terkecuali di dalamnya sektor usaha perbankan. Jika bank ingin keluar dari kondisi keterpurukan, maka sepatutnya bank tidak dapat menggunakan metode atau cara-cara lama dalam memasarkan layanan produk dan jasanya. Virus Corona telah mendekonstruksi tatanan/sistem perbankan yang sudah berjalan selama ini. Maka dari itu Pimpinan perusahaan melalui Account Officer (AO) dituntut untuk bekerja mengikuti situasi yang ada dengan cara cara baru namun tetap dengan kualitas yang mengedepankan kepuasan nasabah, baik memberikan pelayanan terbaik, memberikan solusi dan membantu seluruh kebutuhan nasabah di tengah pandemi ini. Ini wajib dilakukan agar bank keluar dari kondisi yang sangat sulit peran Account Officer (AO) lah yang menjadi kunci berjalan atau tidaknya sebuah perusahaan saat ini.

Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia (Perbarindo) mengungkapkan, pandemi telah menekan kinerja industri bank perkreditan rakyat (BPR). Oleh karena itu, asosiasi mengeluarkan beberapa strategi dalam menghadapi pandemi dan menyongsong pemulihan bisnis. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) tak bisa menghindari dampak Pandemi COVID-19 yang telah menurunkan pertumbuhan ekonomi.

Menjadi Account Officer memang merupakan suatu gengsi tersendiri, akan tetapi menjadi seorang Account Officer juga membutuhkan ketrampilan yang sangat kompleks, mengingat seorang Account Officer (AO) harus menguasai kemampuan marketing / sales sekaligus analisis kredit yang cukup matang. Disamping itu seorang AO juga harus bisa memperhitungkan tingkat resiko yang akan / kelak terjadi sekaligus tingkat pengembalian / pembayaran apalagi di tengah pandemi saat ini. Sebagai salah satu garda terdepan perusahaan keuangan atau perbankan, tanggung jawab dan tugas Account Officer bisa dibilang sangat berat. Risikonya pun besar, terlebih lagi jika sudah menghadapi keluhan dari klien yang jadi tanggung jawabnya hingga kredit itu lunas. Mengacu pada Peraturan OJK nomor 11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019, Perbankan, termasuk BPR dimungkinkan memberikan keringanan kepada para nasabah, termasuk dengan melakukan restrukturisasi kredit. Terhadap nasabah yang direstrukturisasi karena terdampak pandemi Covid-19, maka kualitas kredit ditetapkan Lancar hingga 31/03/2021, sehingga secara akuntansi, perbankan, khususnya BPR akan mengakui adanya pendapatan bunga secara akrual, walaupun ada kemungkinan pendapatan bunga tersebut belum terealisasi. Sebagai akibat dari kebijakan yang harus diterapkan saat ini, perbankan, khususnya BPR akan berpotensi mengalami penurunan arus kas masuk.

Maka dari itu Account Officer (AO) memiliki peranan baru yang dapat dilakukan di tengah pandemi yang sebelumnya belum pernah dilakukan, yaitu melalui :

1. Account Officer (AO) harus mengelola mitigasi risiko dengan tepat. Bank melalui AO harus punya peta navigasi baru untuk dapat menghadapi krisis yang ada. Proses mapping debitur untuk proses restrukturisasi harus segera jalan dan jelas sehingga cashflow bank terlihat setelah melakukan treatment.
2. Dalam mencari Nasabah baru seorang Account Officer (AO) harus fokus pada industri yang prospek untuk dibiayai. Seorang AO harus bias memilih pada sektor usaha yang eksis dan berkembang di tengah merebaknya pandemic ini misalnya di sektor, agribisnis, telekomunikasi, ritel *e-commerce*, farmasi, produk pembersih & alat kesehatan. Dan, untuk sektor-sektor yang terkapar merugi ataupun sektor-sektor yang terpuruk sehingga tidak mempunyai prospek sama sekali untuk bangkit, maka, sebaiknya tidak menjadi pilihan bank atas pembiayaan kreditnya terlebih dahulu. Harapannya, bank tidak lagi bekerja dengan membawa beban kredit macet atas ekspansi kredit barunya.
3. Melalui Digital banking. Layanan produk dan jasa harus dikonversi menjadi digital banking. Proses tersebut harus berjalan bertahap dan dilakukan secara terus menerus. Jika sebelum pandemic seorang AO memasarkan melalui canvassing dan door to door maka saat ini cara tersebut harus dirubah dengan memanfaatkan teknologi digital. Namun, tidak semua produk dan jasa harus menggunakan digital banking, Masih membutuhkan fungsi oleh unsur manusia. Beberapa fungsi yang melibatkan unsur manusia, sehingga keberadaannya tidak dapat

digantikan oleh digital banking. Salah satu peran tersebut adalah aktivitas pendampingan dan konsultasi bisnis. Sebagai contoh, misalnya ketika nasabah bank yang bisnisnya terganggu akibat Covid-19, maka ia akan mendapatkan pendampingan dalam menyelesaikan masalah dan juga ketika sudah menjadi nasabah aktif seorang AO juga tetap berkunjung ke nasabah untuk melakukan pembinaan terkait kreditnya dengan menggunakan protokol kesehatan.

4. Seorang AO harus bisa memberikan inovasi dan kreativitas baru. Covid-19 menuntut AO harus semakin berinovasi. Misalkan, pihak bank saat ini tidak hanya menuntut pembayaran angsuran dan bunga kredit oleh debiturnya secara tunai dan mengarahkan ke pembayaran digital misalnya pemanfaat virtual account dan juga harus memikirkan untuk dapat membantu nasabah, melalui penjualan produknya. Seperti diketahui, imbauan pemerintah agar masyarakat melakukan *physical distancing* maupun *social distancing* mempengaruhi penjualan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui digital online.
5. Penggunaan tools zoom untuk On The Spot (OTS). Ketika pemerintah mengharuskan *social distancing* ataupun *physical distancing*, maka, harapannya respon bank ialah dengan memberlakukan verifikasi jaminan kredit di lapangan atau OTS melalui video call atau zoom.
6. Melakukan pemasaran melalui digital, mengisi formulir pengajuan secara online, melakukan pembinaan secara online dan berkala tidak seperti sebelum pandemi yang seorang AO harus berkunjung langsung ke nasabah
7. Seorang AO harus mengetahui kebutuhan nasabah dengan baik, empati dan bisa mencari solusi apabila terdapat masalah di nasabah khususnya yang berkaitan dengan kredit
8. Apabila kredit macet dikarenakan nasabah tidak bisa membayar dikarenakan kehilangan pekerjaan atau pemotongan pendapatan setiap bulannya maka seorang AO harus memberikan solusi dengan memberikan restrukturisasi kredit berupa pengecilan jumlah angsuran, perpanjangan jangka waktu, penurunan bunga ataupun memberikan penundaan pembayaran (grace period) tapi ini semua seorang AO harus bias menganalisa lebih dalam lagi terkait permasalahan dan kebutuhan nasabah.
9. Meningkatkan kompetensi kerja, sehingga pengelolaan bank lebih profesional, khususnya dalam menerapkan prinsip kehati-hatian dan selalu menerapkan protokol kesehatan seperti yang di anjurkan oleh pemerintah dalam memberikan layanan.
10. Melakukan pelatihan yang diselenggarakan oleh pimpinan perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan yang diperlukan oleh AO di tengah pandemi ini.

Oleh karena itu Account Officer (AO) harus segera beradaptasi dengan kondisi pandemi virus Corona saat ini dengan menerapkan strategi baru, dan kembali pada jalur kinerja yang *good performance*. Harapannya, fungsi intermediary bank berjalan *smooth* dan mampu menjadi pengungkit pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia di era new normal dan juga memberikan pelayanan yang baik hingga nasabah merasa terpuaskan dalam hal pelayanan tersebut dan menjadi nasabah yang loyal. Dan juga perlu adanya untuk pemahaman segementasi dalam mengelola nasabah, Karena dengan memahami komposisi segmen pelanggan kita, serta memiliki alat ukur yang tepat dalam loyalitas pelanggan, di tengah serbuan produk kompetitor, ditengah kondisi saat ini maka seharusnya perusahaan harus terus membangun platform yang mengintegrasikan antara database pelanggan dengan hasil pengukuran loyalitas pelanggan. Tujuannya agar perusahaan mampu memprediksi secara tepat besaran Customer Lifetime Value. Karena bukan harga yang jadi ukuran bagi pelanggan, tapi value.

Maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup bank terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan bank dalam penjualan produk. Loyalitas berasal dari kata dasar "Loyal" yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.

1. Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

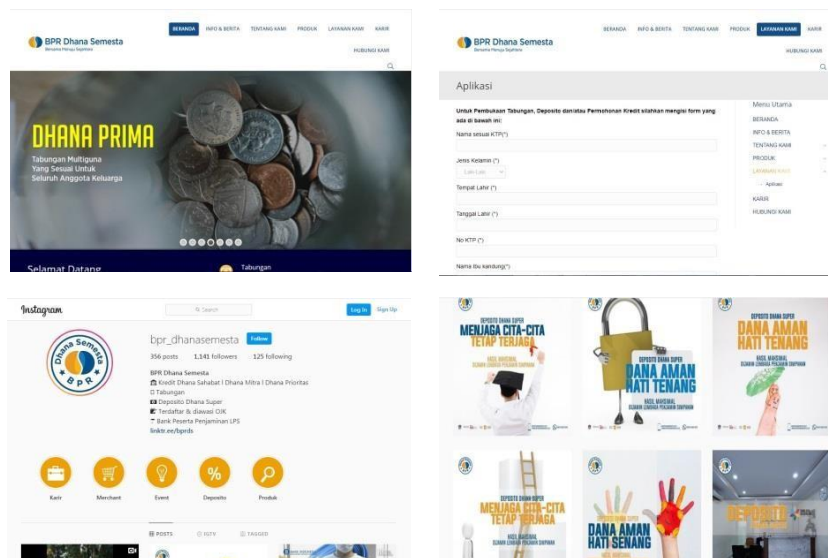
2. Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan PT. BPR Ciledug Dhana Semesta berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peranan Account Officer. Sehubungan dengan pentingnya Account Officer tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga mampu untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah dan ditengah pandemi covid-19 ini diperlukan cara- cara baru untuk memudahkan dan memberikan pelayanan yang terbaik.



Gambar 1 Seorang Account Officer memberikan pelayanan kepada nasabah



Gambar 2 seorang Account Officer melakukan pembinaan dan restrukturisasi kredit



Gambar 3 pemanfaatan Digital untuk proses pelayanan dan pemasaran kepada nasabah



Gambar 4 Pelatihan kepada Account Officer (AO) terkait pelayanan kepada nasabah ditengah pandemi covid-19

KESIMPULAN

Ditengah pandemi covid-19 beberapa sektor usaha terdampak oleh wabah pandemi virus corona (Covid-19), termasuk di dalamnya adalah sektor perbankan yang mulai mengalami keterpurukan. Jika bank ingin keluar dari kondisi keterpurukan, maka sepatutnya bank tidak dapat menggunakan metode atau cara-cara lama dalam memasarkan layanan produk dan jasanya. corona telah mendekonstruksi tatanan/sistem perbankan yang sudah berjalan selama ini. Belum lagi hilangnya kepuasan pelanggan serta loyalitas yang selama ini didapat oleh pihak perbankan jika salah langkah, maka dari itu melalui seorang Account Officer (AO) yang menjadi ujung tombak dari BPR harus mempunyai langkah-langkah baru dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan mempunyai solusi jitu dalam menangani permasalahan nasabah yang sedang terjadi khususnya ditengah pandemi covid-19 belakangan ini, Agar kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dengan baik hingga nasabah terpuaskan dengan pelayanannya sehingga terjadinya loyalitas nasabah sehingga BPR tidak kehilangan nasabah yang menyebabkan kerugian atau kehilangan pendapatan yang cukup besar serta pemanfaatan digital teknologi untuk memudahkan kebutuhan nasabah. Tujuan dari ini semua tentunya untuk menjaga stabilitas sistem keuangan, agar kepentingan masyarakat dan kepentingan perekonomian nasional tetap terjaga khususnya di dunia perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badrudin, S., Muslimin, M., & Pratama, H. O. (2017). Analisis komunikasi organisasi di pusat informasi haji kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 1(1), 81–101.
- Bayanuloh, I. (2019). *Marketing syariah*. Deepublish.
- Hardjana, A. (2016). *Komunikasi organisasi: Strategi dan kompetensi*. PT Kompas Media Nusantara.
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola kualitas layanan perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kholis, N. (2018). Perbankan dalam era baru digital. *Economicus*, 9(1), 80–88.
- Maghfirah, M., & BZ, F. S. (2016). Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode full costing pada UMKM Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 59–70.
- Meriyati, M., & Hermanto, A. (2021). Sosialisasi sejarah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) kepada alumni Pondok Al-Iman yang berada di Palembang. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 1(2), 43–52.
- Muchamad Taufiq, S. H. (2021). *Aspek hukum dalam ekonomi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Putri, E. A. A., Nuraina, E., & Yusdita, E. E. (2020). Upaya pencegahan dan penanganan kredit macet ditinjau dari persepsi nasabah. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(02), 185–196.
- Rusman, A. D. P., Umar, F., & Majid, M. (2021). *Covid-19 dan psikososial masyarakat di masa pandemi*. Penerbit NEM.

- Sayuti, R. H., & Hidayati, S. A. (2020). Dampak pandemi covid-19 terhadap ekonomi masyarakat di Nusa Tenggara Barat. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 133–150.
- Sumarni, S. (2021). Peran bank sebagai lembaga perantara (intermediary) ditinjau dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. *Ganec Swara*, 15(1), 889–896. <https://doi.org/10.35327>
- Surya, P., & Rofiq, M. H. (2021). Internalisasi nilai karakter jujur dalam proses pembelajaran di kelas VIII Madrasah Tsanawiyah Unggulan Hikmatul Amanah Pacet Mojokerto. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 31–37.
- Susetyo, W. (2019). Tinjauan yuridis penyelesaian kredit macet pada Bank Perkreditan Rakyat Berkah Pakto Kediri, Jawa Timur. *Jurnal Supremasi*, 49–68.
- VR, S. A. M. (2011). *Cara kerja dan peran account executive di CV. Solo Utama Adverstising*. UNS (Sebelas Maret University).
- Wicaksono, A., & Nurfianti, A. (2021). Penggunaan masker pada saat aktivitas fisik di saat pandemi covid-19. *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha*, 9(3). <https://doi.org/10.23887>