

HUBUNGAN ANTARA KECAKAPAN KOMUNIKASI *FRONTLINER* DENGAN KEPUASAN NASABAH PT. BANK TABUNGAN NEGARA

Radhityo Ryandhika Rakadiputra, Agus Naryoso
Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405
Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email : fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Informasi menjadi salah satu hal yang penting di dalam lembaga keuangan bank. Pemenuhan akan informasi merupakan salah satu bagian dalam proses pelayanan. Informasi pada awalnya berasal dari *frontliner*. Peran komunikasi *frontliner* sangat dibutuhkan dalam proses pelayanan dengan tujuan terciptanya kepuasan nasabah. Pelayanan bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan nasabah, namun juga harus dapat memuaskan nasabah jauh di atas harapannya. Kecakapan komunikasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah. Dengan kecakapan komunikasi yang baik diharapkan dapat menciptakan kepuasan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecakapan komunikasi *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu analisis tabulasi silang.

Data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kemudian di olah dengan cara mengkategorikan keseluruhan aspek kecakapan komunikasi dan kepuasan nasabah sehingga menghasilkan data yang menunjukkan bahwa dari total tiga puluh (30) responden diketahui sebanyak empat puluh persen (40%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang baik dan nasabah merasa puas, tiga koma tiga persen (3,3%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang baik dan nasabah merasa sangat puas, enam koma tujuh persen (6,7%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang sangat baik dan nasabah merasa puas, dan sebanyak lima puluh persen (50%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang sangat baik dan nasabah merasa sangat puas. Berdasarkan analisis tabulasi silang yang telah dilakukan, diketahui bahwa penilaian nasabah terhadap tingkat kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara sejalan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Dengan kata lain, semakin baik penilaian nasabah terhadap kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara maka nasabah semakin merasa puas. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara kecakapan komunikasi *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara.

Kata Kunci : Kecakapan Komunikasi, Kepuasan Pelanggan, *Frontliner*

ABSTRACT

Information becomes one of the important things within bank institutions. The fulfillment of information is one part in the service process. Information was originally came from the frontliner. The role of frontliner communication is well needed in the service process with the purpose of creating customer satisfaction. Services are not just a fulfillment of customers' needs, but also must be able to satisfy customers far above customer expectations. Communication skills becomes one of the factors that affects the quality of service and the satisfaction level of customers. With good communication skills it is expected to create customer satisfaction. The purpose of the study was to figure out the relationship between frontliner communication skills with the satisfaction of PT Bank Tabungan Negara customers. The study used descriptive quantitative research methods. Data collection techniques use the method of spreading questionnaires. The analysis used is cross tabulation analysis.

The data received from the questionnaires processed by categorizing the overall aspects of communication skills and customer satisfaction resulting in data showing that out of a total of thirty (30) respondents were known as forty percent (40%) respondents stated that frontliners had good communication skills and customers were satisfied, three point three percent (3.3%) respondents stated that frontliners had good communication skills and customers were very satisfied, six point seven percent (6.7%) of respondents stated that frontliners had excellent communication skills and customers were satisfied, and fifty percent (50%) of respondents stated that frontliners had excellent communication skills and customers were very satisfied. Based on cross-tabulation analysis that has been done, it is known that customer assessment of the level of communication skills shared by the PT Bank Tabungan Negara frontliners is in line with the level of satisfaction felt by customers. In other words, the better customer assessment of communication skills possessed by the frontliners of PT Bank Tabungan Negara, the customers are increasingly satisfied. It can be concluded that frontliner communication skills are related to customers satisfaction of PT Bank Tabungan Negara.

Keywords: Communication Skills, Customer Satisfaction, Frontliner

PENDAHULUAN

Informasi merupakan data atau fakta yang diolah yang bermanfaat bagi penerimanya. Di dalam lembaga keuangan bank, informasi menjadi salah satu hal yang penting karena pemenuhan informasi merupakan salah satu bagian dalam proses pelayanan. Informasi pada awalnya berasal dari petugas frontliner. Secara umum frontliner adalah orang yang berhadapan atau berhubungan langsung dengan pelanggan. Frontliner bertugas untuk melayani pelanggan secara langsung. Peran komunikasi frontliner sangat dibutuhkan dalam proses penyampaian informasi dengan tujuan tercapainya kebutuhan dan kepuasan informasi pelanggan.

Pelanggan dalam lembaga bank biasa disebut nasabah, umumnya datang untuk mencari suatu informasi tentang produk dan jasa yang dibutuhkan atau mencari solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi.

Pelayanan bukan hanya sekadar dapat memenuhi kebutuhan informasi dan memberi solusi atas permasalahan nasabah, tetapi juga harus dapat memuaskan nasabah jauh di atas harapannya.

Kecakapan atau kemampuan komunikasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah. Dengan kecakapan komunikasi yang baik maka komunikasi yang terjalin akan menjadi efektif. Komunikasi dapat dikatakan efektif

apabila pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan. Dengan adanya komunikasi yang baik dan efektif antara frontliner dengan nasabah maka pemenuhan kebutuhan informasi dan penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah akan mudah dicapai. Sebaliknya, jika frontliner tidak menjalankan perannya dengan baik, maka komunikasi yang terjalin menjadi tidak efektif sehingga dapat menimbulkan *miscommunication*.

Kecakapan komunikasi tidak hanya tentang bagaimana komunikator dalam menyampaikan pesan atau cara berbicara, tetapi juga tentang mendengarkan dengan baik, sopan, ramah, dan lain-lain. Banyak kasus karyawan atau petugas bagian frontliner tidak melakukan komunikasi dengan baik, seperti lupa atau tidak mengucapkan salam ketika membuka komunikasi, tidak menanyakan keperluan nasabah, lambat dalam menjawab atau merespon pertanyaan yang diajukan nasabah, membiarkan nasabah menunggu lama, dan lain-lain. Hal-hal tersebut lah yang dapat menghambat dalam usaha menciptakan kepuasan nasabah dan memunculkan banyak komplain yang masuk ke perusahaan.

Bukan hal yang mudah untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Kecakapan komunikasi frontliner memiliki peran yang sangat penting dalam

menciptakan kepuasan nasabah. Dengan kecakapan komunikasi yang baik maka komunikasi yang terjalin juga akan menjadi efektif dan diharapkan dapat melebihi ekspektasi atau harapan nasabah sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kecakapan komunikasi *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara.

Teori Pelayanan Prima, Rangkuti (2017) menyatakan bahwa pelayanan prima (*excellent service/customer care*) berarti pelayanan yang maksimal atau pelayanan terbaik, dan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Pelayanan prima bukan sekadar memberikan layanan, tetapi dapat memenuhi harapan pelanggan. Lima area kompetensi yang wajib dimiliki agar dapat memberikan *customer care* yang sangat luar biasa yaitu : 1) *Service Standard*, memahami siapa yang bertanggung jawab untuk mengambil keputusan dan siapa yang harus dihubungi; 2) *Technical Skill*, memahami SOP, tujuan, aliran data, *form*, dan prosedur; 3) *Interpersonal Skill*, memiliki pengetahuan cara berkomunikasi yang baik; 4) Keahlian di bidang pelayanan, mengetahui faktor teknis dan pihak mana saja yang bertanggung jawab memecahkan masalah pelanggan; 5) Mengetahui karakteristik, keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Kecakapan Komunikasi, menurut Suranto (2011) adalah salah satu kecakapan yang sangat penting bagi siapapun sebagai upaya menjaga kualitas hubungan antar manusia. Aspek-aspek dalam kecakapan komunikasi yaitu : 1) Keterampilan berbicara; 2) Kecakapan bertanya; 3) Kecakapan membuka pintu komunikasi; 4) Keterampilan menjaga sopan santun; 5) Meminta maaf pada saat merasa bersalah; 6) Cepat, tanggap dan bertanggung jawab; 7) Perhatian dan kepedulian; 8) Memiliki empati; 9) Kecakapan menerima tamu; 10) Kecakapan memberikan pelayanan; 11) Kecakapan menyampaikan informasi; 12) Kecakapan Mendengarkan.

Kepuasan konsumen, menurut Usmara (2008), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Aspek-aspek kepuasan pengguna layanan menurut Kennedy dan Young (dalam Supranto, 2001) antara lain : 1) Keberadaan (*availability*); 2) Ketanggapan (*responsiveness*); 3) Menyenangkan (*convenience*); 4) Tepat Waktu (*timeliness*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Nawawi (2003) metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan

menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek dan objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana adanya. Jenis penelitian ini, menurut Faisal (2003:20), tidak sampai mempersoalkan jalinan hubungan antar variabel yang ada. Tidak pula dimaksudkan untuk menarik generasi yang menjelaskan variabel-variabel antededen yang menyebabkan suatu gejala atau kenyataan sosial. Metode deskriptif tidak lebih daripada penelitian yang bersifat menemukan fakta-fakta seadanya (*fact finding*). Penemuan gejala-gejala tidak sekadar menunjukkan distribusinya, tetapi termasuk usaha mengemukakan hubungan satu dengan yang lain di dalam aspek-aspek yang diselidiki.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Tabungan Negara kantor cabang Semarang. Sampel yang diambil yaitu sebanyak tiga puluh (30) responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner yang disebarkan di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Semarang. Kuesioner berisi pengembangan instrumen yang berkaitan dengan penelitian berupa pernyataan tentang kecakapan komunikasi *frontliner* dan kepuasan nasabah. Dari data yang diperoleh, kemudian dilakukan kategorisasi berdasarkan akumulasi nilai dari masing-masing butir pernyataan sesuai variabel,

untuk kemudian di analisis menggunakan analisis tabulasi silang (*crosstabs*).

HASIL PENELITIAN

Dari data yang diperoleh diketahui bahwa dari total tiga puluh (30) responden, sebanyak empat puluh persen (40%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang baik dan nasabah merasa puas, tiga koma tiga persen (3,3%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang baik dan nasabah merasa sangat puas, enam koma tujuh persen (6,7%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang sangat baik dan nasabah merasa puas, dan sebanyak lima puluh persen (50%) responden menyatakan bahwa *frontliner* memiliki kecakapan komunikasi yang sangat baik dan nasabah merasa sangat puas.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa penilaian nasabah terhadap tingkat kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara sejalan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Dengan kata lain, semakin baik penilaian nasabah terhadap kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara maka nasabah

semakin merasa puas. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara kecakapan komunikasi *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara.

Hasil penelitian ini mendukung Teori Pelayanan Prima yang diutarakan oleh Freddy Rangkuti (2017) bahwa Pelayanan Prima (*Customer Care*) berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan serta menambah pelanggan baru sehingga kepuasan pelanggan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Pelayanan prima bukan sekadar memberikan layanan, tetapi dapat memenuhi harapan pelanggan. Lima area kompetensi yang harus dimiliki agar dapat memberikan *customer care* yang luar biasa adalah *service standard*, *technical skill*, *interpersonal skill*, keahlian di bidang pelayanan dan pengetahuan mengenai pelanggan. Dimana kecakapan komunikasi menjadi salah satu bagian dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan melalui *customer care* yang luar biasa.

SIMPULAN

1. *Frontliner* PT. Bank Tabungan Negara memiliki kecakapan komunikasi yang baik, dilihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa tidak ada yang menilai bahwa kecakapan komunikasi *frontliner* tidak baik dan sangat tidak baik.

2. Nasabah PT. Bank Tabungan Negara merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, dilihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa tidak ada responden yang merasa tidak puas dan sangat tidak puas.
3. Penilaian nasabah terhadap tingkat kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara sejalan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.
4. Semakin baik penilaian nasabah terhadap kecakapan komunikasi yang dimiliki oleh *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara maka nasabah semakin merasa puas.
5. Ada hubungan antara kecakapan komunikasi *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara.

SARAN

1. Bagi *frontliner* PT. Bank Tabungan Negara, berdasarkan hasil penelitian disarankan kepada PT. Bank Tabungan Negara khususnya *frontliner* agar dapat menjaga serta meningkatkan kecakapan komunikasi terutama dalam bidang pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah PT. Bank Tabungan Negara.
2. Bagi nasabah PT. Bank Tabungan Negara, nasabah disarankan agar dapat membantu *frontliner* dalam menciptakan serta meningkatkan

kepuasan dengan cara menegur jika *frontliner* melakukan pelayanan yang tidak atau kurang sesuai dengan standar yang ada.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat tema yang sama disarankan agar dapat mengembangkan atau menyempurnakan penelitian ini sehingga diharapkan mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Atmadjati, Arista. 2018. *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usmara, A, 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.