

PELAYANAN PRIMA DI DUNIA PERBANKAN

Putu Mas Martiniasih¹, Christimulia Purnama Trimurti²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora,
Universitas Dhyana Pura, Jalan Raya Padang Luwih Tegal Jaya, Dalung Kuta
Utara, Bali, Indonesia

Email: ptmasmartiniasih@gmail.com¹, christimuliapurnama@undhirabali.ac.id²

ABSTRAK

Pertumbuhan Bank di Indonesia sangat pesat dan hampir semua Desa ada kehadiran Bank dari Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat. Persaingan Bank yang begitu ketat menuntut Bank memberikan pelayanan prima kepada masyarakat agar masyarakat menjadi nasabah penabung dan peminjam sehingga Bank dapat eksis dalam jangka panjang. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif pada Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat di wilayah Propinsi Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan pelayanan prima dunia perbankan dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua perbankan memiliki pelayanan prima dan menerapkannya dalam operasional perbankan mulai dari frontliner, back office, credit department, operational office dengan memberikan penampilan, senyuman, kesopanan dan keramahtamahan, empathy, quick service, pengetahuan dan keahlian, tepat waktu dan janji, kejujuran, efisien, keterbukaan, kepastian hukum, biaya yang rendah.

Kata kunci: Service, Bank, Loyalty, Satisfaction, Customer

ABSTRACT

Bank growth in Indonesia is very rapid and almost all villages have the presence of banks from commercial banks and people's credit banks. The Bank's fierce competition requires the Bank to provide excellent service to the public so that people become depositors and borrower customers so that the Bank can exist in the long term where customers are a vital aspect of business growth. Especially in the People's Credit Bank (BPR), which exists both in villages and in big cities. This research uses phenomenological methods with a qualitative approach to Commercial Banks and People's Credit Banks in the Province of Bali. This study aims to explore the application of excellent service in the banking world in maintaining customer loyalty. The results showed that all banks have excellent service and apply it in banking operations ranging from the frontline, back office, a credit department, and an operational office by providing appearance, smile, courtesy, and hospitality, empathy, quick service, knowledge, and expertise, punctuality, and promise, honesty, efficiency, openness, legal certainty, low cost.

Key Word: Service, Bank, Loyalty, Satisfaction, Customer

1. Pendahuluan

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana masyarakat. Perbankan sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian sehingga Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan sangat ketat dalam mengawasi dan membina perbankan yang ada di seluruh Indonesia. Pergerakan ekonomi Bali yang mengandalkan sektor pariwisata terlihat menarik dimata Perbankan untuk bergerak menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat. Pada Tahun

2017, Bank Umum dan BPR di Provinsi Bali berhasil menghimpun dana masyarakat sebesar Rp. 91.770.303.000.000,- dan meningkat himpunan dana masyarakat di tahun 2021 sebesar Rp. 111.600.497.000,-. Kinerja penghimpunan dana masyarakat yang terus meningkat dalam kondisi Provinsi Bali masih normal dan Provinsi Bali dalam kondisi pandemi covid 19 menandakan bahwa Provinsi Bali sangat potensial bagi Dunia Perbankan untuk membuka kantor dalam melayani masyarakat. Kondisi kinerja Bank Umum dan BPR dalam menghimpun dana masyarakat dalam 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

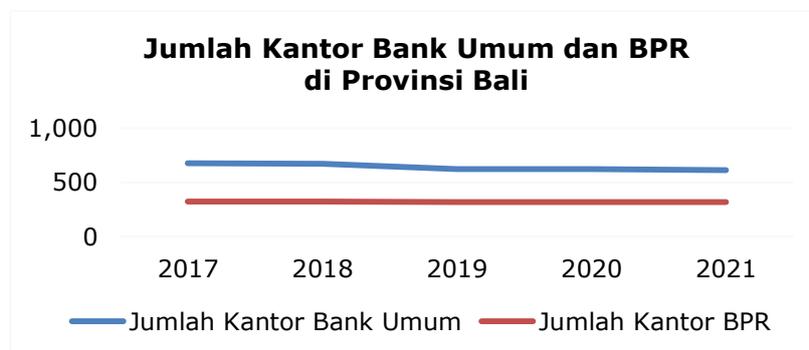
Tabel 1



Sumber : Statistik Ekonomi dan Keuangan Daerah Bank Indonesia, 2022

Potensi yang besar pada penghimpunan dana masyarakat di Bali dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu 2017-2021 tidak diikuti peningkatan pembukaan kantor Bank Umum dan BPR. Pada kurun waktu 2017-2021, pembukaan kantor Bank Umum di Provinsi Bali mengalami penurunan yang di tahun 2017 berjumlah 678 kantor menjadi 614 kantor di tahun 2021. Hal yang serupa dialami oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR), pembukaan kantor BPR di Provinsi Bali mengalami penurunan di tahun 2017 berjumlah 322 kantor menjadi 320 kantor di tahun 2021. Jumlah kantor cabang dalam 5 tahun terakhir 2017-2021 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2



Sumber : Statistik Ekonomi dan Keuangan Daerah Bank Indonesia, 2022

Penurunan jumlah kantor cabang dalam 5 tahun terakhir pada Bank Umum dan BPR memberikan signal bahwa ada persaingan dalam dunia perbankan untuk menarik minat calon nasabah dalam menyimpan dana dan meminjamkan dana di

Bank Umum dan BPR. Selain produk perbankan dikemas dengan menarik, namun tidak kalah pentingnya adalah Bank Umum dan BPR merevolusi dirinya dalam melayani nasabah sehingga nasabah menjadi loyal dan puas terhadap layanan Bank.

Organisasi jasa telah menyadari hal ini untuk mempertahankan pelanggan mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif, salah satu isu utama yang harus diperhatikan adalah meningkatkan kualitas layanan mereka (Poor, et.al., 2013). Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membantu bank untuk mempertahankannya keunggulan kompetitif (Li, et.al., 2021). Excellent Customer Service(ECS) akan dapat berjalan baik untuk meningkatkan kepuasan para nasabah bank sebagai ujung tombak yang perlu diberi pelatihan peningkatan kualitas kepribadian dan kualitas komunikasi inter personal sehingga dapat melayani nasabah secara prima (Farouk, 2018). Pelayanan prima adalah kegiatan memberikan pelayanan yang baik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, dengan kata lain pelayanan prima adalah kegiatan memberikan pelayanan sampai dengan pemenuhan standar mutu (Pitaloka, e.al., 2021). Pelayanan prima penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu untuk mengamankan masa depan bisnisnya (Frimayasa, 2017). Service excellence sangat lah penting dalam suatu perbankan, karena dengan adanya service excellence inilah dapat meningkatkan citra suatu perbankan dan disisi lain dapat meningkatkan profit suatu perusahaan (Erawati & Budiantono, 2021). Semua sumber daya manusia, mulai dari direksi sampai cleaning service, harus bisa memberikan pelayanan prima (service excellent), tentu sesuai dengan porsinya masing-masing (Kurniawan, 2020). Dalam industri perbankan, kualitas layanan memiliki peran strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dimana kualitas layanan menjadi salah satu atribut yang membedakan bank dari bank yang lain (Harimurti & Suryan, 2019)

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif pada Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat di wilayah Provinsi Bali. Metode fenomenologi adalah penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman-pengalamannya, khususnya nasabah Bank yang ada di Provinsi Bali. Teknik Penentuan Sampel adalah Purposive Sampling. Teknik Pengumpulan Data adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik Analisis Data menggunakan model Miles & Huberman.

3. Hasil dan Pembahasan

Kesadaran dan pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan kualitas pelayanan masyarakat sangat menentukan kinerja pelayanan yang berfokus pada pelanggan. Untuk memperbaiki kualitas pelayanan kepada nasabah, setiap Bank baik Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sangat mengutamakan dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Bentuk-bentuk penerapan Pelayanan Prima Bagian Frontliner, Back Office dan bagian lainnya di berbagai Bank yang ada di Bali, meliputi :

a. Ketepatan Waktu Pelayanan

Dalam hal ini, para pegawai dituntut untuk dapat melayani nasabah dengan cekatan, cepat, dan juga tepat. Tidak hanya untuk *staff front office* saja, namun juga untuk semua komponen pegawai, mereka juga dituntut untuk tidak menunda-nunda pekerjaan, sehingga semua pekerjaan dapat selesai

tepat waktu termasuk dalam melayani nasabah. Disamping itu, para pegawai tidak akan membiarkan nasabah menunggu terlalu lama, karena waktu pelayanan yang tidak tepat.

b. Kejelasan Informasi yang Diberikan

Dalam hal ini, pihak bank akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dengan jelas dan rinci. Dalam menjelaskan, pegawai akan memperhatikan beberapa hal, yaitu berbicara secara jelas dan tidak terburu-buru, tetap fokus pada nasabah saat menjelaskan, kemudian tanyakan kepada nasabah apa yang perlu diketahui lebih lanjut, sehingga diharapkan informasi yang disampaikan dapat dengan jelas diterima dan direspon oleh nasabah.

c. *Profesionalisme* pegawai

Setiap pegawai dituntut untuk dapat bekerja secara cerdas dan juga tuntas, selain itu mereka juga harus kompeten dalam bidangnya, sehingga mereka mengerti benar apa yang harus mereka kerjakan tanpa adanya suatu kesalahan.

d. Keramahan dan Kesopanan

Dalam melayani setiap nasabah, pegawai Bank senantiasa memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, hal tersebut diwujudkan dengan 3S, yaitu senyum, salam, dan sapa. Mulai dari menyambut nasabah di depan pintu, yang diwakili oleh satpam, hingga pelayanan yang diwakili oleh pegawai yang bersangkutan dengan kebutuhan nasabah. Dalam memberikan pelayanan, mereka akan menanyakan apa yang menjadi kebutuhan nasabah dengan kata-kata yang sopan, dan melayani hingga nasabah merasa terpenuhi dengan apa yang dibutuhkannya, kemudian pegawai akan mengucapkan maaf apabila terjadi kesalahan yang membuat ketidaknyamanan pada nasabah, dan terakhir akan mengucapkan terima kasih atas kunjungan nasabah.

e. Sikap Simpatik Pegawai

Dalam memberikan pelayanan, pegawai Bank diharapkan selalu mengedepankan kebutuhan nasabah apapun keadaannya. Setiap pegawai harus peduli dengan setiap nasabah yang datang ke Bank, sehingga nasabah akan merasa diperhatikan dan mendapat sambutan yang baik dari pihak Bank.

f. Kemudahan untuk Mendapat pelayanan

Dalam hal ini, pihak bank atau pegawai memberi kemudahan bagi nasabah untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan. Hal tersebut tampak dari awal masuk pintu yang disambut hangat oleh satpam, kemudian akan diarahkan sesuai kepentingan nasabah, tidak ada yang susah dalam memperoleh pelayanan pada Bank, karena bagi Bank nasabah adalah raja, sehingga akan diperlakukan dengan sangat baik, dan apa yang menjadi kebutuhan nasabah akan sedapat mungkin dipenuhi oleh Bank dengan mudah.

g. Kebersihan dan Kerapian Pegawai

Dalam melayani nasabah, hendaknya pegawai berpenampilan yang layak, rapi dan bersih, hal tersebut dimaksudkan agar citra dari pada bank tersebut

tetap baik, dan yang lebih penting agar nasabah tidak merasa terganggu saat pelayanan berlangsung. Setiap bagian mempunyai seragam sendiri-sendiri, yang dipakai pada hari-hari tertentu, khususnya untuk pegawai yang berada pada *front office*. Hal tersebut akan menjadikan pegawai terlihat lebih rapi, dan tentunya akan membawa dampak positif bagi nasabah yang menerima pelayanan dari Bank.

h. Kenyamanan

Dalam pelayanan setiap pegawai harus menghindari hal-hal yang akan berdampak pada ketidaknyamanan bagi nasabah saat pelayanan berlangsung, misalnya nasabah ditinggal mengobrol dengan pegawai lain, semauanya sendiri pergi meninggalkan nasabah sehingga membuat mereka menunggu. Selain dalam hal pelayanan yang diberikan, dari pihak bank juga akan memberi kenyamanan dalam bentuk fasilitas yang tersedia bagi nasabah, antara lain dengan lingkungan ruangan yang rapi dan bersih, dengan hiasan bunga asli dan juga AC, kemudian tempat duduk yang nyaman dengan televisi sebagai hiburan, sehingga diharapkan nasabahnya merasa nyaman saat berada di Bank.

i. Tanggung Jawab Pegawai

Dalam melakukan pekerjaannya, setiap pegawai Bank dituntut untuk bertanggung jawab atas tugasnya masing-masing. Dalam memberikan pelayanan jangan sampai membuat nasabah berpikiran bahwa pegawai tidak bertanggung jawab dengan apa yang dikerjakannya. Hal ini, jelas dijelaskan yang mana termasuk dalam Pola Prima yang menjadi budaya kerja Bank saat ini, setiap pegawai harus konsisten dengan apa yang diucapkannya, sehingga nasabah tidak akan merasa dipermainkan.

j. Menumbuhkan Kepercayaan Nasabah

Perbankan adalah bidang industri yang sangat lekat dengan kepercayaan atau *trust*. Sehubungan dengan hal tersebut, maka setiap pegawai Bank sangat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabah kepadanya. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan bersikap jujur, tulus, saling terbuka dan menghargai satu dengan yang lain, sehingga akan tercipta rasa saling percaya antara pihak nasabah dan juga Bank, sehingga fungsi Bank dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

4. **Simpulan**

Dalam kegiatan operasionalnya Baik Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat dituntut ke depannya dapat lebih meningkatkan pelayanannya dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, agar tetap menjadi Bank yang terpercaya dan memiliki citra yang baik bagi masyarakat pada umumnya dan nasabah pada khususnya. Sebab apabila pelayanan prima tidak ditingkatkan, kemungkinan nasabah akan berpaling dari Bank tersebut ke Bank lain yang dapat memberikan pelayanan lebih baik. Bank perlu melakukan survey tingkat kepuasan nasabah kepada Bank serta melakukan evaluasi secara periodik untuk mengetahui strategi apa yang dapat disiapkan Bank untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan prima bagi nasabah.

5. **Daftar Rujukan**

- Poor Marhamat Hemmat, et.al.,2013, The Quality Of Service And Its Importance In Service Organizations, Vol. 3, No.3; Oct. 2013, Arabian Journal of Business and Management Review
- Li Feng, et.al., 2021, Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality, 64 (2021) 101487, Technology in Society
- Farouk Umar, 2017, Excellent Customer Service Dalam Bidang Perbankan, Vol 18, No 2 (2017), Admisi dan Bisnis
- Frimayasa Agtovia, 2017, Vol. XVII, Konsep Dasar Dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo, No. 1, Maret 2017, Cakrawala
- Erawati Dia & Budiantono Bambang, 2021, Analisis Implementasi Service Excellence Customer Service Pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu, The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)
- Pitaloka Indira Diah, et.al., 2021, Excellent Services by Frontliner Best Corporate Banking, Volume 17 Nomor 2/Agustus 2021., JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)
- Kurniawan Danang, 2020, Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah, Volume 3, Nomor 1, Maret 2020, Tawazun: Journal of Sharia Economic Law
- Harimurti Rosa & Suryani Tatik, 2019, The Impact Of Total Quality Management On Service Quality, Customer Engagement, And Customer Loyalty In Banking, VOL. 21, NO. 2, September 2019, 95–103, Jurnal Manajemen Kewirausahaan Desember 2022.
- Rahmayati HM. 2015. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Timur. Jurnal Galung Tropika. (online), ISSN Online 2407-6279, (<http://jurnalpertanianumpar.com/index.php/jgt/article/view/28>, diakses 13 December 2022).
- Astorina Firda Ayuningtyas, et.al.,2019, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Penjualan Produk di Sang Spa Ubud Bali, Vol. 3, No.1; Apr. 2013, Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas
- Jaya Bahwiyanti, et.al.,2018, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Paris Banjarbaru. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, ISSN Online 2615-2134.