

## Hubungan Komunikasi Pelayanan Publik dengan Kepuasan Nasabah

Habi Rahman Kamel\*, Aning Sofyan

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*Habirahman2504@gmail.com, Aningsofyan@gmail.com

**Abstract.** The main activity of communication activities is the most important thing every activity service provided by a Bank. Communication activities able to provide the best services for public spaces and good service, and the public trust for the banks and encourage gratification for that customers that made his they show their loyalty of the Bank Nagari West Sumatra the Branch of Solok. Research objectives know the relationship between service excellence, the ability to communicate, professional, integrity communication public service by satisfaction customers, attitude respect communication public service by satisfaction customers. A method of correlational aims to research about ties in one factor relating to variation to other factors. Population used in this research even all customers Bank Nagari Branches Solok with the total sample obtained using formulas were 96 respondents. The data in the survey, interview, observation and the study of literature. Drawing conclusions: the existence of the the strong relationship between service (significant comprise, the ability to communicate, professionalism, the integrity of communication public service by customer satisfaction, respect attitude communication public services with satisfaction the customers Bank Nagari West Sumatra the Branch of Solok.

**Keywords:** *Communication Public Services, Customer Satisfaction, Bank Nagari West Sumatra the Branch of Solok*

**Abstrak.** Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan utama yang terpenting dalam setiap pelaksanaan kegiatan pelayanan yang diberikan oleh bank. Kegiatan komunikasi mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas bagi publiknya, sehingga melahirkan kepercayaan publik bagi bank dan mendorong kepuasan bagi para nasabah sehingga menjadikan mereka loyal terhadap Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Solok. Tujuan penelitian mengetahui hubungan antara service excellence, kemampuankomunikasi, profesionalisme, integritas komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah, sikap respect komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauhmana hubungan pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Populasi digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok dengan jumlah sampel yang didapatkan menggunakan rumus berjumlah 96 responden. Pengambilan data berupa penyebaran angket, wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Simpulan: Adanya hubungan kuat (signifikan) antara service excellence, kemampuankomunikasi, profesionalisme, integritas komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah, sikap respect komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Solok.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Pelayanan Publik, Kepuasan Nasabah, Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Solok.*

## A. Pendahuluan

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia telah menimbulkan persaingan yang sehat diantara bank pemerintah, swasta maupun asing dalam hal menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat, serta mempunyai fungsi sebagai intermediary service. Hal tersebut telah menyebabkan bank tidak hanya “*wait and see*” tetapi telah mendesak bank berupaya keras untuk “menjemput bola” dan lebih berorientasi pada nasabah. (Wahyono, 2010:10). Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara. Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan.

Pertama, sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Untuk ini bank menyediakan uang tunai, tabungan dan kartu kredit. Ini adalah peran bank yang paling penting dalam kehidupan ekonomi. Tanpa adanya penyediaan alat pembayaran yang efisien ini, maka barang hanya dapat diperdagangkan dengan cara barter yang memakan waktu.

Kedua, dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana, berarti bank meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Bila peran ini berjalan dengan baik, ekonomi suatu Negara akan meningkat. Tanpa adanya arus dana ini, uang hanya berdiam disaku seseorang, orang tidak dapat memperoleh pinjaman dan bisnis tidak dapat dibangun karena mereka tidak memiliki dana pinjaman.

Pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang vital. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) dan memerlukan umpan balik (*feed back*) untuk menilai kualitas pelayanannya. Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk meminta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran dan cepat.

Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Pelayanan pelanggan menurut Kotler ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Sehingga pelayanan perbankan dapat diartikan kegiatan bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah itu sendiri. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan Hubungan komunikasi terhadap kepuasan pelanggan.

Di tengah tantangan gejolak kondisi ekonomi dan ketatnya persaingan perbankan tersebut, PT. Bank Nagari Sumatera Barat tetap terpacu untuk senantiasa tumbuh dan berkembang serta menjalankan fungsi intermediasi sebagaimana layaknya bank umum dengan menyediakan produk yang berkualitas, memegang teguh prinsip kehati-hatian dan tetap menekankan pentingnya pelayanan. Hal ini dalam rangka mewujudkan visinya yaitu “Untuk menjadi Bank Pembangunan Daerah Terkemuka dan Terpercaya di Indonesia “.Bank Nagari Sumatera Barat merupakan satu-satunya Bank di Sumatera Barat yang di peruntukkan untuk pembayaran Gaji ASN dan pensiunan sumatera Barat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang “ Hubungan komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah” (*studi korelasional komunikasi pelayanan publik pada Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Solok* )

## B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode korelasional bertujuan meneliti sejauhmana hubungan pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Populasi digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok dengan jumlah sampel yang didapatkan menggunakan rumus berjumlah 96 responden. Pengambilan data berupa penyebaran angket, wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

Simpulan: Adanya hubungan kuat (signifikan) antara service excellence, kemampuan komunikasi, profesionalisme, integritas komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah, sikap respect komunikasi pelayanan publik dengan kepuasan nasabah Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Solok.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### **Hubungan Komunikasi Pelayanan Publik (X) dengan Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y).**

Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0.656 yang mengandung pengertian bahwa kontribusi pengaruh komunikasi pelayanan publik (X) diantaranya: Sub variabel  $X_1$  *Service excellence*. Sub variabel  $X_2$  : Kemampuan berkomunikasi. Sub variabel  $X_3$  : *Profesionalisme*. Sub variabel  $X_4$  : Integritas. Sub variabel  $X_5$  : *Sikap respect*. dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) yang diantaranya: Sub Variabel  $Y_1$  : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel  $Y_2$  : *Last Customer Analysis*. Sub Variabel  $Y_3$  : Survei kepuasan pelanggan. sebesar 65.6%, sedangkan sisanya sebesar 34,4% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) diantara variabel komunikasi pelayanan publik (X) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y).

#### **Hubungan *Service Excellence* (X1) dengan Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)**

Besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,774. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0,626 yang mengandung pengertian bahwa *service excellence* (X1) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) diantaranya: Sub Variabel  $Y_1$  : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel  $Y_2$  : *Last Customer Analysis*. Sub Variabel  $Y_3$  : Survei kepuasan pelanggan sebesar 62.6%, sedangkan sisanya sebesar 37,4% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) *service excellence* (X1) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y).

#### **Hubungan Kemampuan Berkomunikasi (X2) dengan Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)**

Besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0.763. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0.637 yang mengandung pengertian bahwa Kemampuan berkomunikasi (X2), dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) diantaranya: Sub Variabel  $Y_1$  : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel  $Y_2$  : *Last Customer Analysis*. Sub Variabel  $Y_3$  : Survei kepuasan pelanggan sebesar 63.7%, sedangkan sisanya sebesar 36,3% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) antara kemampuan komunikasi (X2), dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y).

#### **Hubungan Profesionalisme (X3) dengan Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)**

Besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,712. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0,688 yang mengandung pengertian bahwa profesionalisme (X1) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) diantaranya: Sub Variabel  $Y_1$  : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel  $Y_2$  : *Last Customer Analysis*. Sub Variabel  $Y_3$  : Survei kepuasan pelanggan sebesar 68.8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) antara profesionalisme (X3), dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y).

#### **Hubungan Integritas (X4) dengan Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)**

Besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,769. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0,631 yang mengandung pengertian bahwa integritas (X4) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) diantaranya: Sub Variabel  $Y_1$  : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel  $Y_2$  : *Last Customer Analysis*. Sub Variabel  $Y_3$  : Survei kepuasan pelanggan mempunyai nilai sebesar 63,1%, sedangkan sisanya sebesar 36,9% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) antara integritas (X4) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)

### **Hubungan Sikap Respect (X5) Kepuasan Nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y)**

Besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,711. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0,689 yang mengandung pengertian bahwa sikap respect (X5) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) diantaranya: Sub Variabel Y1 : Sistem keluhan dan saran. Sub Variabel Y2 : Last Customer Analysis. Sub Variabel Y3 : Survei kepuasan pelanggan. Sebesar 64,3%, sedangkan sisanya sebesar 31,1% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) antara sikap respect (X5) dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok (Y) yang diantaranya kepuasan dari sistem keluhan dan saran yang cepat tanggap dan cepat di atasi, dan lain sebagainya.

#### **D. Kesimpulan**

1. Hubungan kuat (signifikan) antara service excellence dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok disebabkan oleh pelayanan nasabah yang disesuaikan dengan kebutuhannya, dengan tujuan memberikan kepuasan bagi para nasabahnya. Sehingga dalam melayani nasabah karena nasabah dilayani dengan ramah, tepat, serta cepat, serta memposisikan nasabah sebagai mitra.
2. Hubungan kuat (signifikan) antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok karena customer service atau karyawan lain Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok mampu memilih perilaku komunikasi yang cocok dan efektif bagi situasi tertentu, sehingga dapat merubah perilaku nasabahnya, baik dalam kemampuan berbicara tentang produk jasa Bank yang ditawarkan pada nasabah, kemampuan dalam mendengarkan yaitu selalu mendengarkan dengan baik kebutuhan nasabah, serta mempunyai keterampilan dalam meyakinkan nasabah sehingga nasabah berminat pada apa yang ditawarkan Bank.
3. Hubungan kuat (signifikan) antara profesionalisme dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok karena adanya equality customer service atau karyawan lain Bank memperlakukan sama pada saat melayani nasabah yang tidak membedakan status kekayaan, pekerjaan dan lain sebagainya, loyalty ialah membangun kesetiaan dalam hal mendengarkan nasabah, fokus pada kebutuhan nasabah, accountability ialah setiap karyawan Bank siap mengambil resiko dan tanggungjawab atas nasabah yang dilayaninya.
4. Hubungan kuat (signifikan) antara integritas dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok karena dampak dari adanya integritas customer service atau karyawan lain Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok yang selalu berpegang teguh pada professional kerja Bank, tidak menerima suap dari nasabah, Selalu taat dalam melaksanakan pekerjaan dalam melayani nasabah sehingga dengan hal itu dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok.
5. Hubungan kuat (signifikan) antara sikap respect dengan kepuasan nasabah pada Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok karena adanya sikap respect yang tertanam pada customer service atau karyawan lain Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok yang menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah, customer service atau karyawan lain Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok selalu membangun hubungan yang baik dengan nasabah, customer service atau karyawan lain Bank Nagari Sumatera Barat cabang Solok selalu melakukan komunikasi dengan dengan nasabah sesuai dengan kebutuhannya.

#### **Acknowledge**

Penulis juga ingin mengucapkanterimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Septiawan Santana Kurnia, Drs., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan kesempatan kepa peneliti untuk menyusun skripsi ini.

2. Ibu Dr. Dede Lilis Ch, S.Sos., M.Si selaku Ketua Bidang Kajian Manajemen Komunikasi sekaligus Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
3. Bapak , Dr. Aning Sofyan, Drs., M.Si sebagai Dosen Pembimbing mata kuliah Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan, membimbing, dan memotivasi yang tentunya tidak lupa selalu memberi semangat untuk segera menyelesaikan penelitian ini pada saat pengerjaan hingga penyelesaian penelitian ini. Terima kasih telah menjadi sosok yang paling berjasa dalam penelitian ini, pak.
4. Bapak Wiki Angga W., S.SOS., M.Si selaku Dosen Wali yang telah membantu dan menyemangati saya pada saat penulisan skripsi ini.
5. Bapak Enafis Yuli Hendra, S.E selaku Wakil Kepala Cabang Bank Nagari Kota Solok

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Atkin, Douglas, 2014. Membangun Kesetiaan Merek. Yogyakarta: PT. Bintang Pustaka
- [2] Cangara, Hafied, 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [3] Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya.
- [4] Fikom, Unisba \_\_\_\_ Panduan Penyusunan Skripsi, Usulan Penelitian & Karya Ilmiah
- [5] Hasan, Iqbal. 2012. “Metode Penelitain dan Aplikasinya”. Galia Indonesia. Jakarta.
- [6] Hidayat, Mashur. 2017. Dasar-dasar Pelayanan Sebuah pengantar, Gramedia Jakarta.
- [7] Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- [8] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- [9] Jayakusuma, Tams, 2001. “Metode Penelitain dan Aplikasinya”. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- [10] Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2014. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- [11] Anbiya, Nida Nur. Aning Sofyan. (2021) *Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi. 1 (2). 130-137