

**PERAN KOMUNIKASI FRONTLINER DALAM
MENCIPTAKAN KEPUASAN INFORMASI NASABAH DI
PERSEROAN TERBATAS (PT) BANK RIAU KEPULAUAN
RIAU CABANG SYARIAH PEKANBARU**

By: Ori Tivani Suhada

oritivani20@yahoo.com

COUNSELOR : NURJANAH, M.Si

Ilmu Komunikasi FISIP UR

ABSTRACT

Frontliner communication role in the bank institution is very important. Basicly, frontliner task is to give customer an information clearly. That's why ability of frontliner communication is very expected on this process. The purpose of this research are to know how frontliner communication role in creating customer satisfaction of information and what factors that would be the causing of creating customer satisfaction of information.

This research using qualitative descriptive research method. The research is done in the company opened bank Riau Kepri Syariah branch Pekanbaru, Subject of this research are frontliner and customers. The research using purposive sampling approach to frontliner and accidental sampling to customers. Kind and data resource used are primary data and secondary data, data collecting technique used are observation, interview and documentations. Data analys technique used is Huberman and Miles interactive model, and technical examination of the validity of data used are triangulation and extension participation.

The research of result showing that frontliner communication role is highly important in creating customer satisfaction of information. Point of frontliner role are as a people that analizing necessary and customer's problem, as an information resource to customer, fullffill all the necessary of information that customer need based on prosedures applicable in the bank, and develop good relationship with the customer. Beside communication role, there are factors that give the influence to create customer satisfaction of information on the company opened Bank Riau Kepri Branch Syariah Pekanbaru, such as quality of human resources, fluent communication in any aspect, fast service kind and comfort, easyness on getting informations and also master of information about banking products.

Keyword: Communication, Communication Role, and Satisfaction of Information

Pendahuluan

PT Bank Riau Kepri merupakan Bank Pembangunan Daerah milik pemerintah Provinsi Riau, Pemerintah Kabupaten/kota se-Provinsi Riau dan Provinsi Kepulauan Riau. PT Bank Riau Kepri memiliki visi dan misi sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang profesional dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memberdayakan perekonomian rakyat, sebagai bank sehat, elit dan merakyat, sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah, sebagai pengelola dana pemerintah daerah, sebagai sumber pendapatan daerah, serta membina dan mengembangkan usaha kecil dan menengah. PT Bank Riau Kepri unit usaha syariah telah berdiri sejak Juni 2004, dan merupakan unit usaha syariah pertama di luar Pulau Jawa pada saat itu. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa tentunya pelayanan khususnya pelayanan informasi menjadi fokus utama PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Informasi merupakan hal yang sangat penting. Pemenuhan akan informasi yang dibutuhkan akan membawa dampak yang baik bagi bank. Informasi pada awalnya berasal dari karyawan yang berada di bagian terdepan perusahaan atau dikenal dengan *frontliner*. *Frontliner* yang ada di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru antara lain *customer service*, *teller*, *marketing*, dan *security*. Kemampuan komunikasi *frontliner* sangat diperlukan dalam penyampaian informasi kepada nasabah. *Frontliner* yang bertindak sebagai komunikator harus bisa memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan baik agar tujuan untuk menciptakan kepuasan informasi nasabah dapat tercapai.

Frontliner yang harusnya dapat menjalankan perannya sebagai komunikator tapi yang terjadi malah sebaliknya, mereka tidak bisa mengkomunikasikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan baik, sehingga nasabah merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup dari *frontliner*. *Frontliner* yang tidak bisa menjalankan peran komunikasi inilah yang menyebabkan nasabah merasa kesulitan atau merasa dipersulit, hal ini tentu membawa pengaruh tidak baik bagi bank. Sebab, ketika nasabah merasakan suatu kekurangan terhadap bank, maka mereka akan menceritakan hal tersebut kepada orang lain. Sementara seperti yang diketahui nasabah merupakan sumber pendapatan bagi bank. Kehilangan nasabah menjadi suatu kerugian besar.

Maka dari fenomena ini, penulis mengamati peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dan faktor apa yang menyebabkan terciptanya kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Tinjauan Pustaka

Kata atau istilah komunikasi berasal dari kata *communis* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama, yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Menurut Effendy (2005:5) secara umum komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun secara tak langsung melalui media.

Bernard Berelson dan Bary A. Stainer dalam *Human Behaviour*, mengatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi,

keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik dan lain-lain. (Rudy, 2005:1)

Menurut Theodore M. Newcomb, komunikasi merupakan suatu tindakan yang dipandang sebagai suatu transmisi informasi yang terdiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber kepada penerima (Mulyana, 2008:68)

Komunikasi memiliki fungsi dan tujuan. Menurut Onong U. Effendy (2000:55) tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap, mengubah opini/pendapat/pandangan, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat, sedangkan fungsi komunikasi menurutnya adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (dalam Yasir, 2009:55).

Peran menurut Thoha merupakan perilaku yang diharapkan dari seorang yang mempunyai status kedudukan tertentu (Thoha, 2003:10). Sedangkan peran komunikasi adalah penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan data, gambar yang dibutuhkan dari orang yang mempunyai status kedudukan tertentu agar dapat mengerti dan berinteraksi secara jelas tentang kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Jika komunikasi dipandang lebih luas, maka artinya tidak hanya sebagai pertukaran berita dan pesan-pesan, melainkan sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide. (Mulyana, 2000:65-66)

Secara umum *frontliner* adalah orang yang berhadapan atau berhubungan langsung dengan pelanggan/konsumen/nasabah, dan *frontliner* disini merupakan sebuah kategori. Adapun kategori *frontliner* itu sendiri adalah *Customer Service*, *Marketing*, *Sales*, *Receptionist*, *Teller*, *Security* dan staf yang berhubungan langsung dengan klien/customer. Tugas utama *frontliner* adalah memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah dan melayani nasabah dengan sepenuh hati. Untuk itu peran komunikasi *frontliner* sangat dibutuhkan dalam hal penyampaian informasi kepada nasabah agar tujuan untuk menciptakan kepuasan nasabah dapat tercapai.

Peran komunikasi yang dilakukan *frontliner* dapat terlihat ketika mereka berinteraksi dengan nasabah. Perasaan apa yang dirasakan nasabah setelah berinteraksi dan menerima informasi yang diberikan *frontliner*. Jika *frontliner* bisa memenuhi kebutuhan informasi nasabah bahkan melebihi dari apa yang dibutuhkan nasabah maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan informasi yang diberikan.

Kepuasan menurut Richard Oliver (dalam Barnes, 2003:64) adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Menurut Husein Umar yang dikutip dari bukunya Studi kelayakan bisnis (2005:65) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang ia terima dan harapannya. Sedangkan Definisi informasi menurut Undang-undang tentang Kebebasan Informasi pada Pasal 14 menyebutkan bahwa "Informasi adalah bahan-bahan yang mengandung unsur-unsur yang dapat dikomunikasikan; fakta-fakta; data atau segala sesuatu yang dapat menerangkan suatu hal dengan sendirinya atau melalui segala sesuatu yang telah diatur melalui bentuk dokumen, file, laporan,

buku, diagram, peta, gambar, foto, film, visual, rekaman suara, rekaman melalui komputer atau metode lain yang dapat disampaikan. (Rudy, 2005:15)

Kepuasan informasi nasabah biasanya mengacu pada tingkat pelayanan informasi yang dia alami saat berurusan dengan bank dan personilnya, baik secara tatap muka maupun lewat telpon. Hal ini berkaitan dengan bagaimana seorang nasabah ditangani dan diperlakukan, bagaimana dia berinteraksi dengan staf dan pengalamannya dalam mendapatkan informasi selama ini.

Nasabah berarti perorangan yang membuka dan menatausahakan rekening pada bank. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah adalah konsumen bank yang harus dilayani dengan baik, agar loyal terhadap bank dan menjadi nasabah tetap yang berkelanjutan. Kepercayaan nasabah merupakan tanggungjawab yang harus diciptakan oleh bank. Untuk itu segala sesuatu yang diperlukan nasabah sebisa mungkin dipenuhi oleh bank.

Dalam praktiknya nasabah dibagi dalam tiga kelompok, yaitu nasabah baru, nasabah biasa dan nasabah primer. Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan kita. Mungkin saja kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semua kedatangannya hanya untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi. Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita. Pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk. (Kasim, 2011:67-68)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, yaitu usaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang akan diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti berupaya mendeskripsikan peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Melalui pendekatan kualitatif, tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data mengenai peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Penentuan informen dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Para informen ini adalah *frontliner* yang terdiri dari Pimpinan seksi pelayanan, Pimpinan seksi pemasaran, *customer service*, *teller*, *marketing*, *security* dan nasabah. Hal ini perlu diperhatikan supaya peneliti mendapat gambaran jelas mengenai peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Data-data yang diperoleh dari *frontliner* difokuskan pada peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Dalam upaya pengumpulan data

yang relevan dengan objek penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut.

Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran-saran yang dianggap perlu. Data yang diperoleh akan dikumpulkan, dikategorikan dan disesuaikan polanya terhadap permasalahan yang ada, data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk uraian deskripsi yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

Hasil dan Pembahasan

Peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah tentunya merupakan hal yang sangat penting. Sebab, *frontliner* yang pertama kali ditemui nasabah. Informasi apapun yang dibutuhkan nasabah awalnya datang dari *frontliner*. Jika *frontliner* bisa berkomunikasi dengan baik ketika menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah tentu kepuasan informasi dapat tercipta. Selain peran komunikasi yang dilakukan *frontliner* ada juga faktor yang menyebabkan terciptanya kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

A. Peran Komunikasi *Frontliner* Dalam Menciptakan Kepuasan Informasi Nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

Peran komunikasi *frontliner* dalam memenuhi kebutuhan informasi dan menciptakan kepuasan informasi nasabah adalah hal yang sangat penting, sebab tanpa adanya komunikasi yang baik antara *frontliner* dengan nasabah maka usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi nasabah akan sulit dicapai. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan dengan efektif sangatlah berpengaruh terhadap pemberian solusi terhadap permasalahan yang dialami nasabah, dengan begitu tujuan dari komunikasi yang disampaikan oleh *frontliner* dapat sesuai dengan keinginan nasabah dan apa yang disampaikan oleh *frontliner* dapat dimengerti oleh nasabah. Sebaliknya, jika *frontliner* tidak bisa menjalankan peran dan fungsinya dengan baik, sehingga proses komunikasi yang ada tidak berjalan efektif maka akan sulit untuk menciptakan kepuasan informasi bagi nasabah. Sebab, kedua belah pihak tidak saling mengerti dan tidak menutup kemungkinan akan terjadi *misscommunication*. Adapun peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Kebutuhan Informasi dan Permasalahan Nasabah

Dalam hal ini, peran komunikasi *frontliner* adalah dengan menganalisis terlebih dahulu informasi seperti apa yang dibutuhkan nasabah dan bagaimana *frontliner* memberikan informasi yang dibutuhkan tersebut untuk selanjutnya memberikan solusi kepada nasabah jika terjadi permasalahan. Mengatasi atau

memberikan solusi terhadap permasalahan terkait informasi (pembukaan rekening, tabungan sinar, tabungan haji dan umrah, kredit atau peminjaman, transfer antar rekening, pembuatan ATM) yang dibutuhkan oleh nasabah merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh setiap karyawan yang bertugas di depan (*frontliner*). Kunci dari terpenuhinya kebutuhan informasi nasabah adalah melalui komunikasi yang baik. Tentunya *frontliner* harus bisa membangun komunikasi yang baik sehingga bisa membantu dan memenuhi kebutuhan nasabah akan suatu informasi. Dengan mendapatkan informasi yang cukup dan permasalahannya dapat diselesaikan maka nasabah akan senang dan bahkan puas menjadi nasabah di bank tersebut.

2. Sebagai Sumber Informasi Bagi Nasabah

Informasi adalah suatu data, keterangan, pengetahuan, berita yang bermakna dan berguna bagi penyedia informasi maupun bagi pengguna informasi. Sebuah informasi dapat dikomunikasikan, dapat ditransfer atau diakses oleh para pengguna informasi. Informasi yang benar akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pengguna informasi, dengan melihat kenyataan itu, suatu informasi yang bernilai, kaya dan bermutu mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. (Yusuf, 2009:30)

Nasabah ke bank tentu memiliki bermacam-macam informasi yang dibutuhkan. Pada umumnya informasi yang mereka dapatkan itu berasal dari *frontliner* terlebih dahulu. Untuk itu *frontliner* harus bisa menjadi sumber informasi bagi nasabah. Informasi yang dibutuhkan seperti informasi mengenai sistem yang ada di bank, syarat pembukaan rekening, syarat pembukaan tabungan sinar dan tabungan duha, ketentuan mengenai pinjaman atau kredit, *sms banking* dan informasi mengenai transfer antarrekening.

3. Memenuhi Semua Kebutuhan Informasi Nasabah Sesuai Prosedur

Prosedur merupakan standar yang berlaku di bank atau lebih dikenal dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). SOP yang berlaku di bank pada umumnya adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi yang sifatnya rahasia tidak bisa diberikan, selain dari itu bisa. Kelengkapan data nasabah juga termasuk dalam prosedur, artinya ketika nasabah ingin mengajukan sesuatu ke bank, maka mereka harus terlebih dahulu melengkapi syarat-syaratnya.

Frontliner sudah disiapkan untuk bisa memenuhi apapun kebutuhan informasi nasabah. Tapi semua itu tetap ada prosedurnya. Ketika nasabah yang datang ke bank kurang mengerti akan prosedur yang berlaku, dibutuhkan komunikasi yang baik untuk memberi pengertian tersebut. Sehingga nasabah yang tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dapat mengerti kenapa ia tidak bisa mendapatkan informasi tersebut, dan ketika pengajuannya ke bank tidak bisa diproses dia juga bisa mengerti sebabnya.

4. Membangun dan Mengembangkan Hubungan Baik Dengan Nasabah

Membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan nasabah merupakan strategi jangka panjang yang dilakukan bank. Nasabah selalu berbagi informasi yang mereka dapatkan tentang pengalaman mereka dengan berbagai produk atau jasa kepada orang lain. Untuk itu, karyawan harus bisa memenuhi

semua kebutuhan informasi nasabah agar pengalaman yang disampaikan nasabah satu kepada nasabah lainnya bisa membawa keuntungan bagi bank.

Untuk terus menjaga dan membangun hubungan baik dengan nasabah, karyawan juga harus mengenali karakter setiap nasabah yang datang. Hal ini berkaitan tentang bagaimana nantinya karyawan melayani nasabah dengan karakter tertentu, dan bagaimana mereka menentukan sikap terhadap nasabah. Setelah *frontliner* mengetahui karakteristik nasabah yang dilayaninya, maka akan lebih mempermudah dalam membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan nasabah tersebut. Misalnya, nasabah dengan karakter yang sibuk sehingga untuk datang ke bank-pun susah, maka *frontliner* dapat memberikan layanan melalui telepon, dan menghubungi nasabah jika ada suatu hal yang penting.

B. Faktor Yang Menyebabkan Terciptanya Kepuasan Informasi Nasabah

Dari peran komunikasi yang dilakukan oleh *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah, ada beberapa faktor yang menyebabkan terciptanya kepuasan informasi tersebut, antar lain:

1. Sumber Daya Manusia Berkualitas

Menurut Kasmir (2011:3-7) sumber daya manusia yang berkualitas merupakan faktor utama dari pelayanan, dan kesiapan sumber daya manusia dalam melayani nasabah atau calon nasabah. Peranan manusia (karyawan) yang langsung melayani nasabah merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah nasabah dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh PT Bank Riau Kepri yaitu mereka memberikan *job training* kepada karyawannya, mengadakan seminar sesuai dengan *job level*, pelatihan dan pendidikan agar karyawan siap menghadapi setiap situasi dan kondisi demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan diberikannya pelatihan seperti itu, maka ini sudah merupakan langkah awal perusahaan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas. Adanya sumber daya yang berkualitas maka akan mendorong terciptanya profesionalisme kerja. Ketika karyawan yang bekerja sudah profesional maka dalam memberikan pelayanan dalam hal informasi kepada nasabahnya mereka sudah siap. Karena mereka sudah menguasai bidangnya, dan kepuasan informasi nasabah juga dapat tercipta.

2. Komunikasi Lancar Dari Segala Aspek

Pelayanan yang berkualitas menurut Lovelock (dalam Napitupulu, 2007:170-171) dimulai dari informasi produk jasa yang dibutuhkan nasabah. Dalam menyampaikan informasi mengenai produk dan jasa yang dibutuhkan nasabah tentunya diperlukan komunikasi yang lancar agar terjadi kesamaan pendapat. Komunikasi yang lancar dari segala aspek bisa diartikan sebagai komunikasi yang tidak hanya terjadi secara tatap muka atau langsung, tapi juga komunikasi yang terjadi ketika nasabah tidak secara langsung mendatangi bank. Komunikasi secara tidak langsung ini misalnya komunikasi dengan menggunakan media seperti telepon. Penyediaan saluran informasi yang cepat dan tepat

langsung memberikan kemudahan bagi nasabah memenuhi kebutuhannya akan informasi.

Frontliner berkomunikasi dengan nasabah tidak hanya secara tatap muka, tetapi juga dengan menggunakan media yang ada. Misalnya ketika PT Bank Riau Kepri mengadakan undian untuk tabungan sinar, maka *frontliner* akan menginformasikan hal tersebut kepada nasabah melalui telepon jika diperlukan. Hal lain terjadi ketika nasabah yang datang ke bank ingin membuka tabungan dhuha. *Frontliner* selalu memberikan informasi yang terkait dengan pembukaan tabungan dhuha kepada nasabah agar ketika nasabah datang, pembukaan tabungan mereka bisa langsung diproses tanpa adanya kekurangan. Dengan diberikannya informasi yang lengkap dari *frontliner* kepada nasabah akan membuat nasabah merasa dimudahkan dan hal ini akan berdampak pada terciptanya kepuasan informasi.

3. Pelayanan Cepat, Ramah dan Nyaman

Kepuasan pelanggan/nasabah menurut Lovelock (dalam Napitupulu, 2007:170-171) dapat dipengaruhi oleh sikap dan perilaku pelayanan yang sopan, ramah, serta ruangan yang sehat dan indah. Perusahaan yang bergerak yang dibidang jasa saat ini sangat mengutamakan pelayanan yang mereka berikan kepada nasabah. Dampak dari terciptanya kepuasan adalah loyalitas. Hal ini tentu merupakan keuntungan jangka panjang bagi bank jika mereka sudah memiliki nasabah yang loyal.

Untuk itu, memberikan pelayanan yang cepat, ramah dan lingkungan bank yang nyaman akan membuat nasabah puas. Dalam hal pelayanan informasi, memberikan informasi yang jelas, dan tidak tergesa-gesa juga merupakan poin kunci untuk menciptakan kepuasan informasi nasabah. Sebab, jika *frontliner* bisa memberikan informasi dengan jelas dan dapat dimengerti nasabah maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan informasi yang ada di bank tersebut.

4. Kemudahan Memperoleh Informasi

Menurut Lovelock (dalam Napitupulu, 2007:170-171), kemudahan memperoleh informasi dikenal juga dengan *ordertaking*. Artinya, setelah nasabah mendapatkan kepastian pemenuhan kebutuhannya, pelayanan aplikasi dan administrasinya tidak berbelit-belit, harus fleksibel, biaya murah, syarat ringan dan kemudahan informasi lainnya. Hal ini berarti setelah nasabah memutuskan untuk menggunakan produk tertentu dari bank tersebut, prosedur selanjutnya tidak menyulitkan mereka. Ketika mereka menginginkan informasi lain, mereka juga dengan mudah mendapatkannya dari *frontliner*. Pada intinya, nasabah tidak merasa kesulitan berurusan dengan bank, baik itu dalam hal informasi maupun hal prosedural lainnya.

5. Menguasai Informasi Tentang Produk-produk Perbankan

Memiliki pengetahuan penguasaan mengenai produk-produk perbankan juga mempengaruhi dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah. Menurut Lovelock (dalam Napitupulu, 2007:170-171) penguasaan mengenai produk akan membuat karyawan bertanggungjawab terhadap klaim nasabah atas produk yang

tidak berkualitas dan merugikan atas kebijakan yang menguntungkan kelompok tertentu dan merugikan kelompok lainnya. Hal ini dimaksudkan, ketika karyawan sudah menguasai informasi mengenai produk-produk perbankan yang akan ditawarkannya kepada nasabah, mereka juga bisa menangguhkan jika dikemudian hari terjadi komplain dari nasabah mengenai produk yang ditawarkan tersebut.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti secara wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka dapat disimpulkan peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Peran komunikasi *frontliner* yang ada di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru sudah berjalan dengan baik. Peran komunikasi *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah juga merupakan hal yang sangat penting. Hal ini mengingat *frontliner* adalah orang pertama yang dijumpai nasabah. Tentu segala hal yang berkaitan dengan kebutuhan informasi nasabah harus dapat dipenuhi oleh *frontliner*. *Frontliner* seyogyanya dapat memberikan penjelasan, dan solusi atas apa yang menjadi permasalahan nasabah, atau dapat memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Peranan *frontliner* dalam menciptakan kepuasan informasi nasabah antara lain: a) Mampu menganalisis kebutuhan informasi dan permasalahan nasabah, b) Sebagai sumber informasi bagi nasabah, c) Memenuhi semua kebutuhan informasi nasabah sesuai prosedur, serta d) Membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan nasabah. Dengan melihat peran yang dilakukan oleh *frontliner* membuktikan bahwa *frontliner* memegang peran kunci dalam suatu bank. Jika kinerja *frontliner* tidak bisa memberikan solusi bagi permasalahan nasabah, tidak bisa memberikan informasi yang jelas, tidak bisa melayani nasabah dengan efektif dan efisien, serta tidak bisa menghadapi keluhan nasabah, tentu akan sulit menciptakan suatu kepuasan informasi nasabah.
2. Faktor yang menyebabkan terciptanya kepuasan informasi nasabah adalah sumber daya manusia yang berkualitas, komunikasi lancar dari segala aspek, pelayanan cepat, ramah dan nyaman, kemudahan memperoleh informasi serta menguasai informasi tentang produk-produk perbankan. Kelima faktor tersebut dianggap paling mempengaruhi kepuasan nasabah akan informasi. Produk dan jasa bank yang dimaksud antara lain tabungan sinar, tabungan haji dan umrah, deposito, giro, kredit, buka rekening, kiriman uang, pembayaran telpon, pembayaran listrik, *sms banking*, dan *mobile banking*.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan selama melakukan penelitian tentang Peran Komunikasi *Frontliner* Dalam Menciptakan Kepuasan Informasi Nasabah di PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, sebagai berikut :

1. *Frontliner* sebagai orang terdepan yang pertama sekali dijumpai oleh nasabah hendaknya meningkatkan pelayanan informasi kepada nasabah dan lebih meningkatkan lagi hal-hal yang dianggap perlu dalam usaha menciptakan kepuasan informasi nasabah, antara lain senantiasa memberikan informasi yang jelas kepada nasabah, selalu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, serta selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah.
2. Pentingnya diberikan penghargaan (*reward*) kepada *frontliner* dari pihak perusahaan yang mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga karyawan lain termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya.
3. Nasabah PT Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru hendaknya memberikan kritik dan saran yang membangun agar *frontliner* bisa lebih meningkatkan kinerja dalam peran komunikasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, G. James. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- Chandra, Gregorius dan Tjiptono, Fandy. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Effendy. 2005. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- . 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Greenberg, Jerald and Baron, Robert. 2003: *Behaviour in Organizations*. New Jersey: Prentice Hall
- Irawan. 2004. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta
- Kasmir. 2011. *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler. Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Napitupulu, Pamin. 2007. *Pelayanan Publik & Customer Satisfaction*. Bandung: Alumni
- Rudy, May. 2005. *Komunikasi dan & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama

- Thoha, Miftah. 2003. *Kepemimpinan Daam Manajemen*. Jakarta: Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Yusuf, M. Pawit. 2009. *Ilmu Komunikasi, Informasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara