

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia, memungkinkan pemahaman antara individu. Meskipun demikian, terdapat situasi di mana komunikasi dapat menjadi sumber permasalahan, Menurut *Das Sollen* komunikasi dapat menjadi sumber permasalahan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan interpretasi, kekurangan keterampilan komunikasi, atau ketidaksepahaman. Manusia sangat ditentukan oleh komunikasi. Melalui komunikasi, manusia memahami satu dengan lainnya. Namun, dalam banyak kasus, komunikasi justru menciptakan suatu permasalahan, Mutiah (2021).

Pola komunikasi ialah cara seorang atau kelompok berkomunikasi satu sama lain yang melibatkan pertukaran ide atau pesan melalui satu orang ke orang lainnya. pola komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk hubungan interpersonal dan memastikan pemahaman yang efektif antara pihak-pihak yang terlibat, Menurut (Daulay, 2022) Pola komunikasi yaitu pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam penyampaian atau penerimaan pesan atau informasi dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksudkan dapat dipahami.

Pola komunikasi adalah cara atau model yang digunakan dalam berkomunikasi. Dengan adanya berbagai model komunikasi dan elemen-elemen dalam proses tersebut, kita dapat menemukan pola komunikasi yang sesuai dan mudah digunakan. Proses komunikasi adalah serangkaian kegiatan untuk menyampaikan pesan dan mendapatkan tanggapan dari penerima pesan, Hal yang kurang lebih sama dikatakan oleh Asri (2022) Pola komunikasi merupakan sebuah

model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya beraneka ragam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi.

Proses komunikasi melibatkan pola, model, dan bagian-bagian terkait. Beberapa kategori pola komunikasi termasuk pola komunikasi primer, sekunder, linear, dan sirkular. Komunikasi adalah aktivitas penting dalam kehidupan manusia. Karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerimaan pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi (Hapsari, 2021).

Komunikasi tidak hanya penting dalam organisasi, tetapi juga dalam kehidupan manusia secara umum. Ini merupakan aspek esensial dalam interaksi manusia, dari yang sederhana hingga kompleks. Perkembangan teknologi telah mengubah cara manusia berkomunikasi secara signifikan. Hal ini kurang lebih sama dengan pernyataan Ananda (2021) yang menyebutkan komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari, khususnya dalam dunia perbankan.

Dalam perbankan, komunikasi merupakan aspek krusial yang berpengaruh pada kepuasan nasabah. Kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan berperan besar dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan nasabah dan memusatkan nasabah, dengan kata lain penting mendengarkan suara nasabah

kemudian membantunya untuk memformulasikan kebutuhannya (Bolang, James, & Agus, 2015).

Komunikasi memegang peranan krusial dalam kegiatan perbankan, melibatkan setiap bagian dari *frontline* hingga *back office*. Tanpa komunikasi yang efektif, kegiatan perbankan tidak dapat berjalan dengan baik. Komunikasi dalam perbankan membantu penyaluran ide dan gagasan sehingga segala kepentingan, keinginan dan harapan-harapan perusahaan dan nasabah dapat saling diketahui dan dimengerti. Sehingga dapat dilakukan usaha-usaha untuk memenuhi seluruh kebutuhannya tersebut, Mazaya (2013).

Komunikasi yang baik antara bank dengan nasabah adalah kunci utama untuk memberikan pelayanan yang prima. Ini memastikan informasi dipahami dengan jelas, menunjukkan empati terhadap kebutuhan nasabah, dan memungkinkan respon yang cepat terhadap masalah. Komunikasi yang efektif juga melibatkan pendekatan personal, keterbukaan, penerimaan umpan balik, dan konsistensi. Dengan menjaga komunikasi yang baik, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat hubungan dengan mereka. Arisanti (2021).

Menurut Diva (2022) Dalam komunikasi dengan nasabah, respons yang cepat, keterbukaan, dan kualitas informasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan. Respons yang cepat menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan nasabah, sementara keterbukaan dan transparansi dalam menyampaikan informasi membangun kepercayaan. Nasabah juga mengharapkan informasi yang akurat dan bermanfaat untuk membuat keputusan yang tepat, Pelayanan memiliki peran sentral dalam dunia perbankan, menjadi kunci yang membedakan satu bank

dengan yang lainnya serta berkontribusi penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pelayanan memiliki peran sentral dalam dunia perbankan, menjadi kunci yang membedakan satu bank dengan yang lainnya serta berkontribusi penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam industri jasa perbankan, faktor-faktor seperti kepercayaan, layanan, dan hubungan yang erat menjadi faktor krusial, menciptakan interaksi terbaik dengan nasabah, Junaedi (2020). *Customer Service* perbankan berperan utama memberikan informasi produk dan aktivitas perbankan kepada nasabah. Untuk itu proses komunikasi dan transfer informasi dalam hal ini menjadi penunjang keberlangsungan pelayan antara *Customer Service* dan nasabah, Utami (2022).

Customer Service dan nasabah umumnya berkomunikasi tatap muka untuk memaksimalkan proses pelayanan bank dan mencegah kesalahpahaman. *Customer Service* perlu menjaga hubungan baik dengan nasabah baru dan lama untuk mencapai kesepakatan dan solusi yang saling menguntungkan. hal ini sesuai dengan teori *Customer Relations* yaitu segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada atau konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap (Imasari, 2011).

Pola komunikasi yang sering diterapkan oleh *Customer Service* adalah pola komunikasi persuasif, Menurut (Maulana, 2020) komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang dilakukan dengan cara-cara persuasif, yakni mengandung ajakan atau himbauan. Komunikasi persuasif berusaha mendorong atau merangsang seseorang berbuat sesuatu seperti apa yang kita kehendaki. Komunikasi persuasif menggunakan berbagai pendekatan untuk mencapai tujuannya. pertama,

pendekatan Dari bukti menggunakan data dan fakta untuk memberikan bukti yang kuat dan argumentatif. kedua, pendekatan Dari jaringan memanfaatkan fenomena menakutkan untuk menarik perhatian dan memotivasi audiens. ketiga, pendekatan Dari humor menggunakan elemen humor untuk memudahkan audiens mengingat pesan. terakhir, pendekatan Dari diksi menggunakan pilihan kata yang mudah diingat untuk menciptakan efek emosi.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan komunikasi pelayanan *Customer Service* menjadi bahan pembanding dan penunjang penyelesaian penelitian ini. Diantaranya yaitu penelitian pertama, mengenai Hubungan Kredibilitas *Customer Service* Dengan Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Antapani dan penelitian berjudul *Customer Relationship Management: A Case Study Of A Greek Bank* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu permasalahan yang terjadi di suatu Bank yaitu terutama dalam hal komunikasi, nyatanya sering terjadi kesenjangan pemahaman antara petugas layanan dengan kebutuhan atau pertanyaan yang diajukan oleh nasabah dan juga kekurangan dalam menjelaskan produk, prosedur, kebijakan bank secara jelas dan mudah kepada nasabah.

Observasi awal menunjukkan bahwa pola komunikasi *Customer Service* di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukueh masih belum optimal dalam memberikan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah. Hal ini dapat menghambat pelayanan perbankan serta berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Beberapa nasabah juga mengungkapkan bahwa pola komunikasi *Customer Service* di bank ini berbeda dengan pengalaman mereka saat berurusan di lembaga lain, seperti PT. TASPEN, yang prosedurnya lebih mudah

dipahami. Perbedaan ini sering kali menimbulkan kebingungan dalam memahami informasi yang disampaikan.

Dari pembahasan di atas dapat dikatakan bahwa terdapat kesenjangan informasi dan pemahaman Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh terkait prosedur pengurusan tabungan pensiunan yang sesuai dengan prosedur. Kurangnya koordinasi dan pemahaman yang tidak konsisten dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan kesulitan bagi nasabah dalam mengurus administrasi keuangan mereka. Diperlukan upaya untuk meningkatkan komunikasi dan koordinasi Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh tentang permasalahan ini guna memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Dalam perbankan, komunikasi yang di berikan *Customer Service* kepada nasabah harus jelas, tepat, sopan dan santun, Hal ini di karenakan lembaga perbankan memastikan komunikasi yang baik, lembaga perbankan dapat membangun hubungan yang kuat dengan nasabah, menciptakan pengalaman positif, Hal ini kurang lebih sama dengan data dan hasil penelitian Ellawati (2017) yang menyebutkan bahwa peranan *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik kepada nasabah, berpakaian rapi, berbicara sopan, menjaga komunikasi kepada nasabah, selalu bersilaturahmi kepada nasabah baik keadaan suka ataupun duka.

Observasi di lapangan ditemukan adanya keluhan dari nasabah terhadap cara penyampaian informasi oleh customer service di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh. Pola komunikasi *Customer Service* dinilai kurang

ramah, dengan nada suara yang terkadang terdengar tinggi dan sikap yang terkesan kurang responsif saat menjawab pertanyaan nasabah.

Dari pembahasan di atas dapat dikatakan bahwa terlihat bahwa nasabah mengalami pengalaman yang kurang memuaskan saat mengurus kartu ATM yang hilang dengan *Customer Service* Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh. Nasabah menyatakan bahwa pelayanan dari *Customer Service* terkesan tidak profesional, terutama dalam hal menjawab pertanyaan mengenai proses dan syarat pengurusan kartu ATM yang hilang.

Pola Komunikasi dalam pelayanan perbankan merupakan suatu yang sangat penting, Hal ini dikarenakan pola komunikasi yang bagus akan meningkatkan kualitas pada pelayanan tersebut, *Customer Service* merupakan pintu utama bagi penilaian pola komunikasi terhadap Nasabah, Pemahaman yang baik antara *Customer Service* dan nasabah melalui pola komunikasi yang efektif dapat membawa berbagai manfaat, seperti peningkatan kepuasan nasabah, kepercayaan, dan retensi nasabah, Hal ini di dukung oleh hasil penelitian Sutriani (2022) peran *Customer Service* PT Bank Syariah Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe dalam meningkatkan mutu pelayanan, melalui pendekatan komunikasi antar pribadi, yang meliputi *good performance Customer service* serta pola komunikasi yang baik dan berkesinambungan secara efektif dapat meningkatkan mutu pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Data pra penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang diberikan oleh *Customer Service* di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukueh dinilai belum memadai oleh nasabah. Kejelasan informasi yang disampaikan

Customer Service dinilai kurang, sehingga belum dapat menjadi landasan yang kuat dalam pelayanan perbankan bagi nasabah.

Dari pembahasan di atas dapat dikatakan bahwa terdapat Kejelasan informasi yang disampaikan oleh *Customer Service* dianggap tidak memadai dan tidak dapat menjadi landasan yang kuat dalam pelayanan perbankan. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan kualitas komunikasi dalam layanan perbankan tersebut, agar nasabah dapat merasa lebih puas dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan.

Dari permasalahan diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi yang diberikan oleh *Customer Service* Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh dirasa tidak sesuai dengan pelayanan prima pada komunikasi pelayanan publik. Menurut Saleh (2021) pelayanan publik yang prima merupakan tanda dari kesadaran baru atas tanggung jawab utama dalam mengelola dan memenuhi segala kebutuhan masyarakat (nasabah). Hal ini diperlukan agar pelayanan yang diberikan dapat lebih memuaskan masyarakat (nasabah), diperlukan perubahan mindset dari seluruh aparatur pelaksana pelayanan publik sebagai langkah awal dalam memberikan pelayanan yang prima tersebut seperti keterbukaan dan keterampilan berkomunikasi, kemampuan menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami, empati dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah, konsistensi dan kesesuaian informasi yang disampaikan dan kualitas interaksi yang ramah, sopan, dan profesional.

Bank Aceh Syariah, yang didirikan pada tahun 1973 dengan nama awal PT Bank Pembangunan Daerah Aceh (PT BPD Aceh), merupakan bank daerah yang memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian masyarakat Aceh. Bank

ini didirikan atas inisiatif pemerintah daerah, tokoh masyarakat, dan pengusaha untuk memenuhi kebutuhan akan lembaga keuangan yang dapat mendukung pembangunan daerah. Sebagai satu-satunya bank daerah di Aceh, Bank Aceh Syariah berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Aceh melalui berbagai layanan keuangan berbasis syariah.

Pemilihan Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh sebagai objek penelitian ini didasarkan pada hasil observasi lapangan, di mana peneliti menemukan adanya permasalahan dalam pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam pola komunikasi yang terjadi dalam pelayanan customer service di cabang tersebut. Dengan menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, penelitian ini akan menggali faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas komunikasi dalam memberikan layanan kepada nasabah, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Fokus penelitian ini terletak pada aspek-aspek permasalahan pola komunikasi di atas yang di dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika komunikasi dalam layanan perbankan, dampaknya terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan peningkatan layanan melalui pola komunikasi di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh dan Dari aspek-aspek permasalahan di atas sangat bertolak belakang dengan teori komunikasi persuasif melalui pendekatan komunikasi antar individu. Komunikasi tersebut terjadi di mana komunikator menggunakan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran si penerima sebagai dengan sendirinya, komunikator dapat merubah tingkah laku dan perbuatan audiens. persuasif, yaitu melakukan upaya

untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi dan halus, dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan persuade atau komunikator yang menjadi landasan komunikasi yang terjadi di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh tidak efektif dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku audiens karena tidak memanfaatkan prinsip-prinsip persuasif yang diterapkan dalam komunikasi persuasif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dideskripsikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pola komunikasi *Customer Service* dalam melayani Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh?
2. Bagaimana hambatan-hambatan pola komunikasi *Customer Service* dalam melayani Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh?

1.3 Fokus Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, sehingga terdapat beberapa hal yang menjadi konsentrasi pengkajian penulis.

Adapun yang menjadi fokus penulis dalam penelitian ini diantaranya:

1. Mengkaji pola komunikasi *Customer Service* Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh berinteraksi secara langsung dengan nasabah,
2. Mengkaji hambatan-hambatan pola komunikasi *Customer Service* dalam melayani Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan yang telah di jelaskan, sehingga yang menjadi tujuan dari pengkajian masalah diatas yaitu:

1. Untuk mengetahui pola komunikasi *Customer Service* Bank Aceh Syariah Cabang Krueng Geukueh
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan pola komunikasi *Customer Service* dalam melayani Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Krueng Geukuh

1.5 Manfaat Penelitian

Dari paparan tujuan diatas, maka yang menjadi manfaat pengkajian masalah ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana komunikasi dan pelayanan dalam konteks perbankan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi, manajemen pelayanan, dan hubungan antara *Customer Service* dan nasabah di sektor perbankan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak Bank Aceh Syariah Cabang Krueng Geukueh dengan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pola komunikasi *Customer Service* yang efektif

dalam melayani nasabah. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan layanan, membantu bank dalam meningkatkan kualitas interaksi dengan nasabah, dan memperkuat hubungan kepercayaan.