

**TUGAS AKHIR
LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)**

**AKTIVITAS TIM *SERVICE QUALITY POLICY* DIVISI
SERVICE AND CONTACT CENTER KANTOR PUSAT
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk**



**RESTY HANNYA CHINTYA
1810121089**

UNIVERSITAS FAJAR

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

**TUGAS AKHIR
LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(MBKM)**

**AKTIVITAS TIM *SERVICE QUALITY POLICY* DIVISI
SERVICE AND CONTACT CENTER KANTOR PUSAT
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk**



Diajukan Sebagai Laporan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM)
pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk
2022

**RESTY HANNYA CHINTYA
1810121089**

UNIVERSITAS FAJAR

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)

AKTIVITAS TIM *SERVICE QUALITY POLICY*
DIVISI *SERVICE AND CONTACT CENTER*
KANTOR PUSAT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk

disusun dan diajukan oleh

RESTY HANNYA CHINTYA
1810121089

telah diperiksa dan disetujui untuk di ujikan

Jakarta, 18 Maret 2022

Penanggung Jawab Magang MBKM,

Dr. Fitriana, S.Ksi., M.M

UNIVERSITAS FAJAR

Mengetahui :

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar
Makassar

Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

LEMBAR PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

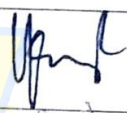
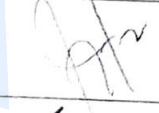
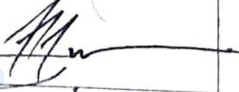
**AKTIVITAS TIM SERVICE QUALITY POLICY
DIVISI SERVICE AND CONTACT CENTER
KANTOR PUSAT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk**

disusun dan diajukan oleh

**RESTY HANNYA CHINTYA
1810121089**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian MBKM akhir/skripsi
pada tanggal **18 Maret 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

**Menyetujui,
Dewan Penguji**

NO	NAMA PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Dr. Fitriana, S.Ksi., M.M	Sekretaris	2. 
3.	Muhammad Bisyrri, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	3. 
4.	Amalla Zul Hilmi, S.Sos., M.I.K	Anggota	4. 

**Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Universitas Fajar
Makassar**


Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Resty Hannya Chintya
Nomor Stambuk : 1810121089
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Jenjang / Konsentrasi : Program S1 / Public Relations
Universitas : Universitas Fajar Makassar
Judul Tugas Akhir : **"AKTIVITAS TIM SERVICE QUALITY POLICY
DIVISI SERVICE AND CONTACT CENTER
KANTOR PUSAT PT. BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO), Tbk"**

Penanggung Jawab MBKM

(Dr. Fitriana, S.Ksi., M.M)

Pembimbing MBKM

(A. Radinal Pramudha Sirat)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial

Universitas Fajar

Makassar

(Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom)

LEMBAR PENILAIAN

LEMBAR PENILAIAN

Nama : Resty Hannya Chintya
Nomor Stambuk : 1810121089
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Konsentrasi : Program S1/Public Relations

No	Jenis Penilaian	Hasil		Keterangan
		Angka	Huruf	
1.	Wawasan	92	A	
2.	Kompetensi Keilmuan	90	A	
3.	Inisiatif	84	A -	
4.	Disiplin	84	A -	
5.	Tanggung Jawab	90	A	
6.	Tata Krama dan Hubungan Internal Sesama Income	86	A	
7.	Kehadiran	84	A -	
Rata-rata		87	A	

Keterangan Nilai :

85 > = A
81-84 = A-
80-76 = B+
71-75 = B
70-66 = B-
65-61 = C+
60-51 = C
50-46 = D
<45 = E

Mengetahui,
Pembimbing Lapangan


[Signature]

(A. Radinal Pramudha Sirat)

LEMBAR PERNYATAAN
PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Resty Hannya Chintya

Nim : 1810121089

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa Tugas Akhir Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang berjudul **“AKTIVITAS TIM SERVICE QUALITY POLICY DIVISI SERVICE AND CONTACT CENTER KANTOR PUSAT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk”** adalah karya ilmiah saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir MBKM ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam tugas akhir MBKM ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Resty Hannya Chintya)

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan Laporan Magang Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) ini dengan kesempatan yang diberikan selama enam bulan. Meskipun selama pelaksanaan MBKM penulis menemukan hambatan, namun berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, semuanya dapat teratasi dengan baik sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM yang berjudul **“AKTIVITAS TIM SERVICE QUALITY POLICY POLICY DIVISI SERVICE AND CONTACT CENTER KANTOR PUSAT PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk”**.

Laporan ini merupakan salah satu program mata kuliah wajib, pada Program Studi dari Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial di Universitas Fajar Makassar untuk menyelesaikan gelar S1 (Strata 1) serta menjadi wujud dari pertanggung jawaban penulis selama melaksanakan kegiatan MBKM.

Dengan selesainya laporan ini, tidak lepas dari doa dan dukungan dari orang-orang terkasih, serta dukungan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua terkasih Ibu Damaris Palenda atas doa dan dukungannya selama penulis mengenyam ilmu di bangku perkuliahan. Secara khusus izin dan kepercayaan yang telah diberikan untuk mengikuti program magang ini di Jakarta.
2. Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Fajar yang terus memberikan dukungan selama penulis menimba ilmu di bangku perkuliahan.

3. Dr. Hj Yuzmanizar, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar yang memberikan dukungan serta arahan kepada penulis selama proses perkuliahan.
4. Soraya Firdausy S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberi arahan serta dukungan dalam penyusunan MBKM ini.
5. Dr. Fitriana, S.Ksi., M.M, selaku dosen pembimbing MBKM yang dengan sabar memberikan arahan untuk perbaikan laporan ini serta terus memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan laporan ini.
6. Amalia Zulhilmi, S.Sos., M.I.K selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan dukungan dan arahan selama penulis mengikuti setiap proses perkuliahan.
7. Seluruh karyawan Kantor Pusat BRI Divisi *Service and Contact Center*, tim *Service Quality Policy (SQP)* dan *Service Implementasi Assurance (SIA)* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa bergabung dan telah memberikan banyak pengetahuan serta pengalaman baru selama melaksanakan program MBKM.
8. Kepada teman-teman seperjuangan yang juga merantau ke Jakarta selama enam bulan : Anggi, Jessica, Anjani, Lia dan Ainni yang selalu memberikan semangat selama proses magang ini.
9. Kepada teman-teman yang selalu ada untuk memberikan dukungan sekaligus menjadi rekan untuk berkeluh kesah : Cippe, Arba, Ricky dan 7 Sekawan atas

waktu yang diluangkan untuk menemani penulis selama penyusunan laporan ini.

Demikian laporan program magang MBKM ini, penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 29 Januari 2022

Penulis

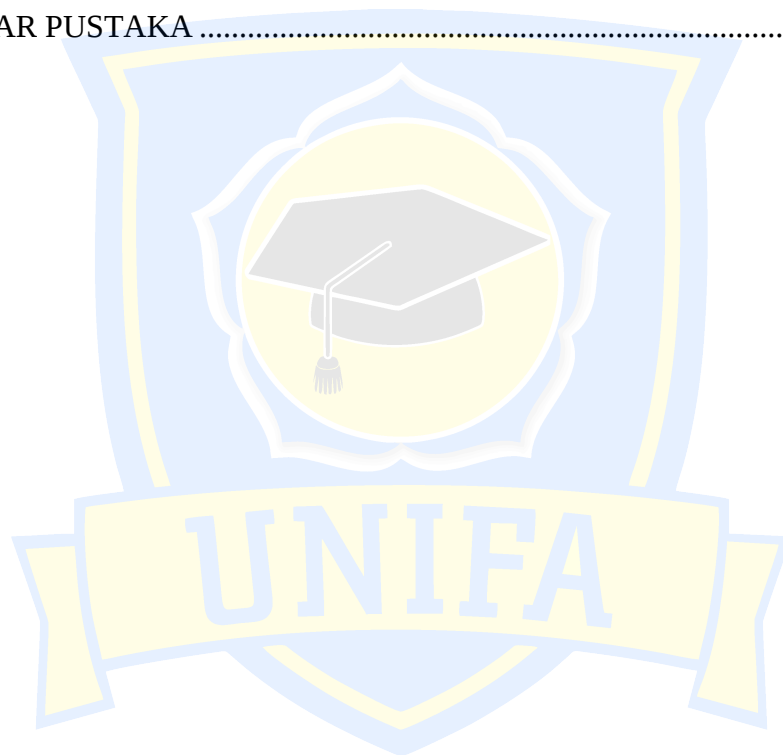


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENILAIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan.....	5
1.3 Manfaat Penulisan.....	5
BAB II.....	7
TINJUAN PUSTAKA	7
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Definisi Komunikasi	7
2.1.2. Proses Komunikasi.....	8
2.1.3. Tujuan dan Fungsi Komunikasi	10
2.1.4. Bentuk Komunikasi.....	14
2.1.5. Teknik Komunikasi.....	16
2.2. Komunikasi Organisasi	17
2.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi	17
2.2.2. Bentuk Komunikasi Organisasi.....	18
2.2.3. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi	19
2.2.4. Konsep Komunikasi Organisasi.....	20
2.2.5. Hambatan-hambatan Komunikasi Organisasi.....	22
2.3. Public Relations	23
2.4. Customer and Employee Relations	24
2.5. Psikologi Komunikasi	25

2.6. Pengertian Aktivitas	26
2.7. Tim Service Quality Policy	26
2.8. Divisi Service and Contact Center	28
2.9 Service Quality	30
2.10. Layanan Perbankan	32
2.10.1. Definisi Layanan	32
2.10.2. Unsur-unsur Layanan	33
2.10.3. Dimensi Layanan	35
2.10.4. Prinsip Pelayanan	37
2.10.5. Ciri Jasa atau Pelayanan	39
2.11. Bank	40
BAB III	42
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	42
3.1. Logo Perusahaan	42
3.2 Sejarah Perusahaan	43
3.3 Visi Misi Perusahaan	48
3.3.1 Visi BRI	48
3.3.2 Misi BRI	48
3.4. Budaya Perusahaan	49
BAB IV	54
HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan MBKM	54
4.1.1. Tempat Pelaksanaan MBKM	54
4.1.2. Waktu Pelaksanaan MBKM	54
4.1.3. Jadwal Waktu MBKM	55
4.2. Tugas Utama dan Tugas Tambahan	55
4.2.1. Tugas Utama	55
4.2.2 Tugas Tambahan	82
4.3 Masalah dan Solusi Selama MBKM	90
4.3.1 Masalah	90
4.3.2 Solusi	91

4.3.3 Temuan di Tempat MBKM.....	91
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran untuk Universitas Fajar	95
5.2.2 Saran untuk Perusahaan	95
DAFTAR PUSTAKA	96

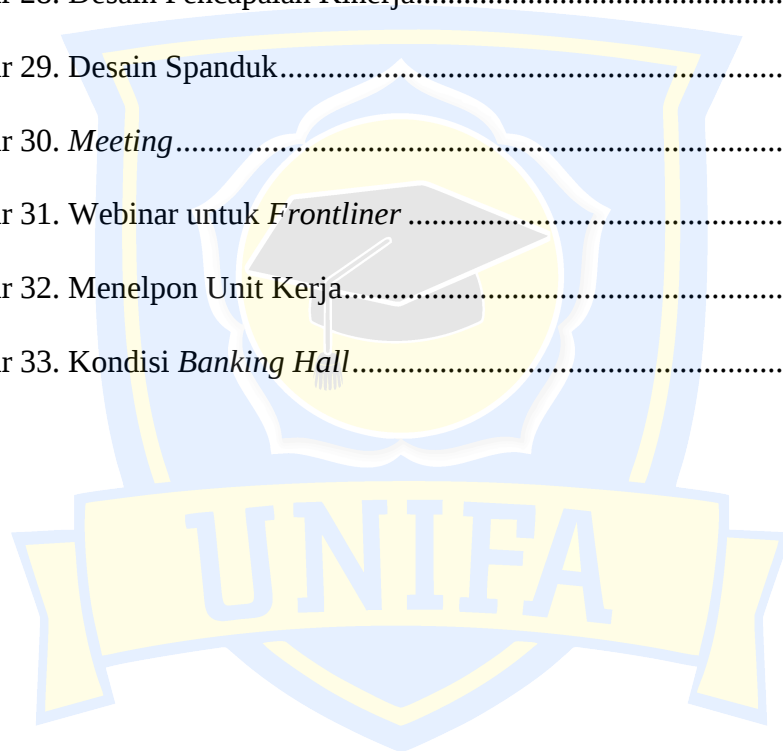


UNIVERSITAS FAJAR

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Divisi SCC	29
Gambar 2. Dimensi Layanan.....	35
Gambar 3. Logo BRI.....	42
Gambar 4. Struktur Organisasi BRI	53
Gambar 5. Podcast	56
Gambar 6. <i>Script</i> Podcast.....	57
Gambar 7. Desain <i>Thumbnail</i>	58
Gambar 8. <i>Editing</i> Video Podcast.....	59
Gambar 9. Menginput Teks.....	60
Gambar 10. Menyisipkan Gambar	60
Gambar 11. Logo Podcast.....	61
Gambar 12. <i>Editing Audio</i>	62
Gambar 13. Materi Upscaling.....	63
Gambar 14. Tampilan Brismart.....	64
Gambar 15. <i>Monitoring</i> ke Unit Kerja.....	66
Gambar 16. <i>Checklist</i> Aspek Proses	67
Gambar 17. <i>Role Play</i>	70
Gambar 18. Video Edukasi di Brismart	71
Gambar 19. Situasi <i>Shooting</i>	73
Gambar 20. <i>All Crew</i>	73
Gambar 21. <i>Take Video</i> di Gedung BRI 1	74
Gambar 22. <i>Take Video</i> di <i>Gallery</i> ATM	75

Gambar 23. Proses <i>Editing</i> Penggabungan Video	76
Gambar 24. Proses <i>Editing</i> Menambahkan Teks	77
Gambar 25. Proses <i>Editing</i> Penambahan Audio	77
Gambar 26. Desain <i>Log Book</i>	79
Gambar 27. Desain Kontak Saran	80
Gambar 28. Desain Pencapaian Kinerja.....	81
Gambar 29. Desain Spanduk.....	82
Gambar 30. <i>Meeting</i>	83
Gambar 31. Webinar untuk <i>Frontliner</i>	84
Gambar 32. Menelpon Unit Kerja.....	87
Gambar 33. Kondisi <i>Banking Hall</i>	89



UNIVERSITAS FAJAR

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera saat ini, dimana teknologi berkembang sangat cepat, tentu setiap orang telah menentukan pilihan terbaik yang dapat mereka percaya untuk mengatur finansial mereka. Kebanyakan orang memilih jasa perbankan yang merupakan salah satu cara untuk menyimpan dan mengatur keuangan mereka. Perbankan Indonesia berdasarkan prinsip kehati-hatian memiliki fungsi utamanya yaitu menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkannya kembali dengan tujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara dan pembangunan nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Mengingat tiga peran utama bank, yaitu sebagai *agent of trust* yang maksudnya adalah perusahaan atau lembaga yang dapat dipercaya dimana masyarakat memberikan kepercayaan untuk menghimpun seta menyalurkan dana mereka, *agent of development* adalah perusahaan atau lembaga yang ikut mengambil andil dalam pembangunan ekonomi negara, dan *agent of service* adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan layanan berupa jasa perbankan dalam bentuk transaksi keuangan untuk masyarakat. Suatu bank dituntut untuk memenuhi ketiga peran itu dengan dapat dipercaya oleh masyarakat dalam mengelola

keuangan mereka, mampu mengumpulkan dan menyebarkan dana yang terkumpul, hingga peran yang akan kita bahas yaitu mampu memberikan pelayanan terbaik.

Dalam kegiatan MBKM ini penulis ditempatkan di Kantor Pusat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk pada Divisi *Service and Contact Center* dan bergabung dengan tim *Service Quality Policy* (SQP) yang berfokus pada kebijakan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Tentuannya divisi ini sangat berkaitan dengan peran bank yaitu *agent of services*. Perusahaan yang kegiatan utamanya bergerak memberikan jasa ataupun memberikan layanan yang memberikan kepuasan kepada nasabahnya sesuai dengan yang diharapkan. Sifat layanan dan jasa yang tidak dapat dilihat bentuknya, maka perusahaan yang memberikan layanan atau jasa harus memberikan yang terbaik untuk mendapat kepercayaan dari pelanggan karena kepuasan yang mereka rasakan. .

Pengertian jasa atau layanan menurut Kotler (2004:276) merupakan aktivitas yang tidak memiliki wujud yang ditawarkan kepada orang lain dan hasil dari itu tidak menghasilkan suatu bentuk kepemilikan apapun. Menurut Sumarni (2004:303) merupakan aktivitas yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang tidak berakibat pada suatu kemilikan serta disak memiliki wujud serta dalam prosesnya tidak terkait dengan produk fisik.

Sedangkan kebijakan merupakan tulisan ataupun ucapan yang menjadi petunjuk yang diterapkan disuatu lingkungan yang telah diberikan arah dan Batasan untuk mengatur orang lain. Secara etimologis, kebijakan merupakan terjemahan dari kata *policy*. Kebijakan juga dapat diartikan asas dan rangkaian konsep yang dijadikan gasis pada pengerjaan suatu pekerjaan, cara bertindak dan kepemimpinan.

Kebijakan juga bisa berwujud keputusan yang telah pikirkan secara mendalam oleh pembuat kebijakan dan bukan merupakan aktivitas yang secara monoton atau berkaitan dengan aturan keputusan.

Skala pengukuran untuk nilai kualitas layanan dan operasional UKO (Unit Kerja Operasional) adalah *Service Operational Value 2.0* (SOLVE 2.0). SOLVE 2.0 adalah nilai yang didapatkan sesuai dengan pencapaian UKO untuk masing-masing parameter selama satu bulan. Pencapaian SOLVE 2.0 menjadi parameter kinerja operasional dan layanan UKO mulai tahun 2021 serta digunakan sebagai acuan penilaian *Certificate of Excellence*, Pencapaian Target Peningkatan Kualitas Layanan dan Operasional SKO UKO, Penilaian BRI *Excellence Award* serta penilaian lainnya. Penarikan data seluruh komponen parameter SOLVE dan penyajian *report* dilakukan setiap bulan.

Penulis sangat senang mengikuti kegiatan MBKM dengan bergabung bersama perusahaan ini karena Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang merupakan salah satu perusahaan milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang menjadi bank dengan jaringan terbesar di Indonesia. Bank yang telah berdiri selama 126 tahun ini sudah membuktikan kualitasnya dengan banyaknya penghargaan yang telah didapatkan. Namun BRI tidak cepat puas dan terus berusaha mengembangkan kualitas layanannya dan melayani setulus hati.

Melihat BRI dibanding bank kompetitor lain khususnya pada sektor pelayanan, BRI memperoleh banyak keunggulan. Kita bisa melihat sendiri, jaringan BRI yang sangat luas yang membuat kita begitu mudah menemukannya baik di perkotaan hingga perdesaan. Ini sesuai dengan segmentasi yang dibuat oleh

BRI untuk mendukung usaha mikro. Namun BRI bisa memasuki semua lapisan masyarakat. Di era digital ini BRI tidak ketinggalan memberikan pelayanan yang cepat dan canggih dengan produk kebanggannya yaitu BRIMO. Dan yang tidak kalah pentingnya yaitu pelayanan terbaik dari pegawai BRI.

Merasakan sendiri menjadi nasabah di bank membuat penulis tertarik mengangkat judul ini karena ingin melihat lebih dekat proses pembuatan kebijakan layanan yang bertujuan untuk meningkatkan *customer experience* nasabah. Penulis mendapat kesempatan yang sangat baik bergabung di kantor pusat yang tentunya menjadi sumber ide yang kemudian kebijakan yang dihasilkan diterapkan diseluruh kantor wilayah, cabang, hingga unit Bank BRI dalam dan luar Indonesia.

Penulis ingin mengetahui apa saja yang dilakukan oleh Tim *Service Quality Policy* dalam mewujudkan pelayanan yang terbaik hingga hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan untuk mewujudkan hal tersebut. Tentu ini sangat menarik untuk dibahas karena layanan menjadi ujung tombak perusahaan untuk bisa mendapatkan nasabah yang *loyal*.

Selama enam bulan dapat bergabung dengan Divisi *Service and Contact Center*, penulis ingin mempelajari praktek langsung di dunia kerja yang berkaitan dengan ilmu komunikasi yang telah penulis pelajari. Ada banyak pembelajaran / mata kuliah yang berkaitan dengan kegiatan magang ini seperti *Public Relations*, *Corporate Communication*, *Customer and Employee Relations*, hingga Psikologi komunikasi.

Dalam laporan ini penulis akan mendeskripsikan kegiatan magang selama enam bulan di Kantor Pusat Bank Rakyat Indonesia yang tugas utamanya

memberikan pelayanan terbaik melalui pembuatan kebijakan layanan dan bagaimana cara mengkomunikasikan secara persuasif kebijakan layanan yang telah ditetapkan setelah melihat secara langsung proses kerja tim *Service Quality Policy*.

1.2 Tujuan Penulisan

Laporan Magang Merdeka Belajar - Kampus Merdeka MBKM ini bertujuan untuk memberikan gambaran terkait aktivitas yang penulis lakukan selama 6 bulan sebagai berikut:

- a. Untuk Mendeskripsikan kegiatan tugas utama dan tugas tambahan selama melaksanakan MBKM di Kantor Pusat Bank Rakyat Indonesia.
- b. Melaporkan hambatan dan solusi yang dilakukan selama mengikuti MBKM
- c. Mendeskripsikan aktivitas yang dilakukan oleh Tim *Service Quality Policy* pada Divisi *Service and Contact Center* Kantor Pusat Bank Rakyat Indonesia.
- d. Untuk menjelaskan temuan hal-hal baru selama melaksanakan MBKM di Kantor Pusat Bank Rakyat Indonesia.

1.3 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini adalah :

- a. Dengan adanya penulisan laporan Magang Merdeka Kampus Merdeka ini, maka dapat menjadi referensi belajar terkait peningkatan layanan jasa perbankan yaitu bagaimana cara mengkomunikasikan suatu kebijakan yang bertujuan untuk peningkatan layanan bisa berpengaruh kepada citra

perusahaan, bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melaksanakan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka khususnya dibidang jasa atau perbankan.

- b. Dengan adanya penulisan laporan MBKM ini, maka dapat memberikan saran dan masukan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar Makassar terkait bahan ajar yang perlu ditambahkan seperti praktek komunikasi dengan nasabah atau karyawan terkait kendala yang dihadapi dan Bank Rakyat Indonesia terkait peningkatan kualitas layanan khususnya dalam peningkatan SDM dalam mengkomunikasikan alur transaksi, syarat transaksi, hingga menjelaskan dengan benar jika terjadi kendala pada sistem agar tidak muncul complain dari nasabah.
- c. Dengan adanya laporan MBKM ini, kiranya dapat memberikan gambaran kepada pembaca terkait dunia kerja seperti budaya kerja disuatu perusahaan serta pelaksanaan tugas dan tanggung jawab selama melakukan program magang.

UNIVERSITAS FAJAR

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Dalam kehidupan manusia, komunikasi memegang peran yang sangat penting. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri sehingga membutuhkan orang lain dalam menjalankan kehidupannya. Kehidupan yang saling bergantung inilah menjadi alasan setiap manusia harus mampu berkomunikasi satu sama lain untuk saling memenuhi kehidupan.

Menurut Effendy (dalam Janner, 2020) istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communicare* yang memiliki arti memberitahukan atau menyebarluaskan. Dalam Bahasa Inggris yakni *communication* yang dapat berarti suatu proses pengoperan lambang-lambang yang memiliki arti. Dari istilah bahasa Inggris inilah muncul istilah komunikasi yang memiliki makna sebagai suatu aktivitas penyampaian gagasan, ide, pikiran, dan opini dari seseorang kepada orang lain.

2.1.2. Proses Komunikasi

Dalam kegiatan komunikasi tentu ada proses yang berlangsung, seperti dimulai dari titik mana dan akan berakhir dimana. Selain itu dalam perjalanannya apa saja tahapan yang dilalui untuk menuju ke tujuannya.

Menurut Harold Lasswell (dalam Sunarno, 2021) mengungkapkan pengertian komunikasi dengan pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Pernyataan itu menghasilkan jawaban berupa unsur dari komunikasi sendiri yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikan) dan *Effect* (Efek).

Model Westley dan Maclean (dalam Sunarno, 2021) menjelaskan komunikasi kedalam dua bentuk yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Pada komunikasi interpersonal terbagi menjadi lima unsur : orientasi objek (*object orientation*), pesan (*messages*), sumber (*source*), penerima (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*). Sedangkan pada komunikasi massa memiliki satu unsur tambahan yaitu, penjaga gerbang (*gate keeper*) atau opinion leader.

Dalam proses komunikasi juga ditemukan beberapa hambatan atau gangguan dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan sehingga dianggap perlu ditambahkan dalam unsur komunikasi sebagai suatu hal yang negatif.

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan proses komunikasi memiliki beberapa komponen dalam prosesnya yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, efek, umpan balik, hingga gangguan.

1. Komunikator (*Source/sender*) yaitu orang yang memberikan atau menyampaikan gagasan, ide, pesan, atau isi pernyataan kepada komunikan sebagai penerima pesan.
2. Pesan (*Message*) adalah suatu pernyataan atau informasi yang disampaikan melalui verbal maupun non verbal.
3. Media (*Channel*) merupakan suatu jalan yang dilewati oleh sebuah pernyataan atau informasi dari komunikator kepada penerima pesan yaitu komunikan.
4. Komunikan (*Receiver*) yaitu orang yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.
5. Efek (*Effect*) merupakan hasil akhir setelah dilakukannya penyampaian pesan yang dapat mempengaruhi perubahan sikap atau perilaku.
6. Gangguan adalah hal yang menghambat atau mengganggu suatu proses komunikasi yang menyebabkan pesan yang ingin disampaikan tidak dapat tersampaikan sesuai dengan yang diharapkan.

Kita dapat menyimpulkan bahwa poses komunikasi dimulai dari komunikator yang menyampaikan sebuah informasi melaui suatu media kepada komunikan untuk mendapatkan efek tertentu dari penerima pesan itu sendiri. Daalam proses komunikasi tidak dapat dihindari bahwa kadang ada juga hambatan yang terjadi dalam proses tersebut.

2.1.3. Tujuan dan Fungsi Komunikasi

1. Tujuan Komunikasi

Pada dasarnya, tujuan dari komunikasi yaitu bertujuan untuk menyampaikan informasi ataupun pesan kepada orang lain untuk mendapatkan suatu efek yang dapat merubah sikap dan pemikiran serta mendorong orang lain melakukan sesuai yang kita inginkan.

Tujuan utama dari proses komunikasi menurut Gordon (dalam Sunarno, 2021) yaitu untuk menyampaikan informasi, memberikan pengaruh, menimbulkan empati, menarik perhatian dan sebagainya. Namun secara keseluruhan tujuan komunikasi adalah: 1. Mengubah Sikap (*Attitude Change*) yaitu komunikasi yang berubah sikap ketika menerima pesan dari komunikan yang telah mempengaruhinya agar bersikap sesuai keinginannya, 2. Mengubah Opini (*Opinion Change*) yaitu setelah terjadinya proses komunikasi maka komunikan memahami maksud komunikator dengan pendapat yang berbeda-beda, 3. Mengubah Perilaku (*Behavior Change*) yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mengubah Tindakan seseorang sesuai pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Maka secara singkat dapat kita katakan bahwa komunikasi itu bertujuan untuk mengharapkan pengertian, gagasan, dukungan, dan tindakan. Dari setiap proses komunikasi tentu memiliki tujuan untuk setiap pelaku komunikasi sesuai dengan karakteristik setiap pelaku komunikasi.

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber atau komunikator :

1. Memberikan informasi atau pesan, yang berarti komunikasi menyampaikan suatu informasi baik secara verbal maupun nonverbal kepada komunikan
2. Untuk mendidik, dimana setelah proses komunikasi komunikator berharap agar komunikan mendapatkan informasi serta pengetahuan.
3. Menyenangkan/menghibur, dalam penyampaian informasi terkadang berisi pesan yang ringan yang dapat menghibur.
4. Mengajukan suatu tindakan/persuasi/ mempengaruhi, yaitu timbulnya efek untuk mempengaruhi sikap komunikan setelah komunikasi terjadi.

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima atau komunikan :

1. Memahami informasi/ pesan, diharapkan komunikan dapat menerima informasi yang disampaikan serta bisa memahaminya.
2. Pembelajaran / Mempelajari, informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat memberikan pembelajaran dari pengetahuan yang dibagikan oleh komunikator.
3. Menikmati, komunikator mengharapkan agar komunikan bisa menikmati pesan yang disampaikan secara ringan untuk tujuan menghibur.
4. Menerima atau menolak anjuran, setelah terjadi proses komunikasi akan menimbulkan efek dari komunikan baik itu penerimaan maupun penolakan.

Setelah mengetahui tujuan dari sisi komunikator maupun komunikan maka dapat kita simpulkan bahwa tujuan komunikasi yaitu untuk menyampaikan informasi dengan tujuan mendidik bahkan menghibur dan dari hasil komunikasi itu akan mendapatkan efek dari komunikan sebagai penerima pesan baik itu penerimaan maupun penolakan.

2. Fungsi komunikasi

Selain tujuan komunikasi, penting juga untuk mengetahui fungsi-fungsi komunikasi. Ada begitu banyak fungsi komunikasi yang bisa dirasakan oleh manusia, baik itu dari individu maupun dari organisasi. Adapun fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

Menurut Richard dan Graeme ada sepuluh fungsi komunikasi yang sangat umum, yaitu :

a. Bertahan hidup

Fungsi dari komunikasi untuk bertahan hidup berorientasi pada keadaan fisik, dimana manusia berkomunikasi untuk terhindar dari bahaya ketika terjadi hal yang tidak diinginkan. Seperti misal kehidupan kita dalam bertetangga, ketika kita teriak minta tolong sebagai bentuk komunikasi kita maka kita akan mendapat pertolongan secara otomatis kita bisa bertahan hidup dari kecelakaan dengan cara berkomunikasi.

b. Bekerja sama

Komunikasi tidak lepas dari hubungan kita dengan orang lain. Dimana salah satu fungsi komunikasi adalah ketika kita harus bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai tujuan kita bersama.

c. Kebutuhan pribadi

Tidak hanya kebutuhan fisik saja tapi manusia juga membutuhkan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Setiap orang tentu ingin diterima dilingkungannya dan juga ingin mendapatkan rasa aman.

d. Hubungan

Fungsi komunikasi ini berkaitan dengan fungsi sebelumnya dimana kita membutuhkan peran orang lain yang bisa memberikan dukungan kepada kita seperti misalnya hubungan percintaan.

e. Pengaruh

Ketika kita berkomunikasi, kita bisa saja memiliki tujuan untuk memengaruhi orang lain untuk memikirkan atau bertindak sesuai dengan yang kita inginkan. Contoh kampanye *stop* merokok untuk mempengaruhi orang agar berhenti merokok.

f. Kekuasaan

Menurut Richard dan Graeme komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain dari kekuasaan yang dimilikinya dimana komunikator memiliki kekuasaan yang lebih tinggi daripada komunikan.

g. Kebutuhan sosial

Sebagai makhluk sosial kita terus membutuhkan bantuan orang lain dengan terus melakukan komunikasi untuk mempertahankan lingkungan sosial kita.

h. Informasi

Tentu sudah jelas bahwa fungsi komunikasi yaitu untuk menyampaikan pesan dan untuk menerima pesan atau informasi.

i. Memahami dunia

Fungsi ini menjelaskan apa hasil yang kita akan dapatkan setelah banyak berkomunikasi dengan diri sendiri dan orang lain. Kita akan banyak mendapat pengalaman dari kegiatan komunikasi kita terdahulu sehingga kita mampu memahami dunia secara perlahan.

j. Bentuk ekspresi diri

Fungsi yang dimaksud ini adalah seperti apa respon kita terhadap suatu hal yang bisa kita ungkapkan melalui ekspresi kita atau gerak-gerik kita sesuai dengan apa yang kita rasakan.

Dari sepuluh fungsi komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa sangat banyak fungsi komunikasi yang bisa membantu manusia untuk menjalankan kehidupannya yaitu untuk menjalin hubungan dengan orang lain, bertahan hidup, hingga untuk menunjukkan respon terhadap suatu hal.

2.1.4. Bentuk Komunikasi

Bentuk komunikasi adalah pola komunikasi yang terbentuk dalam kegiatan komunikasi yaitu penyampaian pesan dari pengirim pesan ke penerima pesan hingga dapat dipahami dan diterima oleh penerima pesan.

Bentuk-bentuk komunikasi terbagi kedalam tiga jenis, yaitu komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

1. Komunikasi pribadi

Komunikasi pribadi terbagi menjadi dua yaitu komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan dirinya sendiri, dimana ia menjadi komunikator sekaligus komunikan. Sedangkan komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi) merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan oleh tiga orang atau lebih dengan tujuan untuk saling berbagi informasi, mencapai suatu tujuan Bersama hingga pemecahan masalah..

3. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah proses penyebaran informasi dengan menggunakan saluran-saluran media massa, misalnya sosial media, surat kabar, televisi, radio, dan sebagainya. Informasi yang disampaikan bersifat serempak sehingga dapat diketahui bahwa komunikasi massa bersifat umum bukan nonpribadi antara komunikator dan notulennya.

Maka dapat kita ketahui bentuk-bentuk komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu komunikasi pribadi dimana seseorang berkomunikasi dengan dirinya sendiri maupun dengan orang lain. Kemudian komunikasi kelompok yang lebih besar dari komunikasi individu dimana komunikasi ini dilakukan tiga orang atau lebih. Dan komunikasi massa yang lebih besar dari komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang menggunakan media dalam proses penyebaran pesannya.

2.1.5. Teknik Komunikasi

Dalam proses komunikasi yaitu kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan agar dapat diterima dan dimengerti, maka ada beberapa teknik komunikasi yang dilakukan oleh komunikator untuk mencapai tujuan tersebut.

Teknik komunikasi berdasarkan keterampilan komunikan:

1. Komunikasi informatif

Komunikasi informatif yaitu informasi yang disampaikan kepada orang lain sehingga dapat mengetahui sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan yang dapat memberi dampak kognitif. Contohnya seperti lampu lalu lintas ada tiga warna yaitu merah kuning hijau, dan setiap warnanya memiliki pesan tersendiri misalnya ketika lampu merah menyala itu menginformasikan kepada kita untuk berhenti dan hijau menginformasikan kepada kita untuk jalan.

2. Komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain sehingga ada perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dari komunikan. Sebagai contoh kampanye *stop* merokok untuk mempengaruhi sikap orang lain agar berhenti merokok.

3. Komunikasi instruktif

Komunikasi dengan bentuk perintah, ancaman, atau sanksi yang bersifat paksaan sehingga orang yang terkena imbasnya akan melakukannya dengan keadaan terpaksa. Contohnya orang tua yang mengancam anaknya dengan melototkan mata karena anaknya yang mencoba membuat pelanggaran.

4. Hubungan manusia (human relations)

Komunikasi yang dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan ataupun interaksi yang dilakukan oleh sesama manusia untuk saling mendukung, sebagai contoh sahabat yang saling mendukung dengan memberikan motivasi.

Maka dapat disimpulkan dari keempat teknik komunikasi diatas secara sadar maupun tidak sadar dapat memberikan pengaruh kepada orang lain sehingga mereka bertindak sesuai yang diharapkan.

2.2. Komunikasi Organisasi

2.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu ingin berbicara, bertukar ide, mengirim dan menerima informasi, berbagi pengalaman dan bekerjasama dengan orang lain dan sebagainya. Namun keinginan itu hanya bisa terpenuhi dengan adanya kegiatan komunikasi dengan orang lain dalam suatu sistem social tertentu, salah satunya sistem organisasi. Ketika dibedah antara komunikasi dan organisasi, masing-masing memiliki definisinya sendiri. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk memberikan efek tertentu. Sedangkan organisasi adalah suatu proses, wadah, sistem sebagai alat untuk mencapai tujuan bersama. Dimana dalam organisasi setiap unsur mempunyai perannya tersendiri.

Menurut Joseph A. DeVito (2016) Komunikasi organisasi adalah usaha menyampaikan informasi atau pesan baik itu dalam kelompok formal maupun

kelompok informal organisasi. Dalam pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa subjek pelaku komunikasi organisasi, dapat berupa kelompok yang bersifat formal ataupun kelompok yang bersifat informal di dalam suatu organisasi tertentu. Itu memiliki arti komunikasi organisasi adalah segala jenis komunikasi yang terjadi di dalam organisasi itu sendiri dan bukan di luar organisasi tersebut.

2.2.2. Bentuk Komunikasi Organisasi

Menurut Effendy “Komunikasi internal dibagi menjadi dua yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal” dan berikut penjeasan terkait kedua bentuk komunikasi organisasi :

1. Komunikasi vertikal

Bentuk komunikasi ini yaitu komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah maupun dari bawah ke atas. komunikasi yang terjadi secara timbal balik antara atasan dan bawahannya maupun sebaliknya.

Fungsi bentuk komunikasi atas kebawah yang dilakukan oleh atasan :

- a. Untuk melakukan kebijakan, prosedur kerja, dan peraturan mengenai pelaksanaan kerja bawahannya.
- b. Untuk menyampaikan arahan, evaluasi, ataupun teguran.
- c. Untuk memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebijakan-kebijakan organisasi dan sebagainya.

Keberhasilan sebuah organisasi dilandari oleh komunikasi yang baik. Setiap orang yang ada dalam suatu organisasi mempunyai kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya.

Fungsi komunikasi ke atas yaitu :

- a. Menyampaikan hasil laporan kerja, menyampaikan saran, ulasan, opini, permohonan bantuan, dan keluhan.
- b. Untuk mendapatkan informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan dari tingkat yang paling rendah.

2. Komunikasi horizontal

Komunikasi ini digunakan oleh orang yang memiliki tingkat yang sama dalam suatu organisasi, komunikasi ini mendatar, karena mempunyai kedudukan yang sama, komunikasi bentuk ini seringkali berlangsung tidak formal.

2.2.3. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Menurut Dr. Kadri (dikutip dalam Rohim, 2016:126-128) dalam sebuah organisasi baik yang berorientasi komersial maupun yang berorientasi sosial, komunikasi memiliki empat fungsi, yaitu fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif. Maka berikut sistem komunikasi organisasi yang dilaksanakan berdasarkan empat fungsinya :

1. Fungsi Informatif

Organisasi sebagai suatu sistem proses informasi. Yang artinya setiap anggota yang berada dalam suatu organisasi berharap untuk bisa mendapatkan informasi yang tepat, lebih banyak, dan informasi yang lebih baik.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan kebijakan-kebijakan yang berlaku dalam suatu organisasi yang berpengaruh terhadap dua hal. Pertama, atasan yang memiliki

wewenang untuk mengendalikan seluruh informasi yang disampaikan.

Kedua, berkaitan dengan informasi yang berorientasi pada kerja..

3. Fungsi Persuasif

Dalam menjalankan tanggungjawab dalam sebuah organisasi, tidak selalu memberikan hasil sesuai dengan harapan, maka banyak yang memilih untuk memersuasi dari pada memberikan perintah.

4. Fungsi Integratif

Menyediakan keperluan karyawannya, seperti menyediakan saluran yang dapat memungkinkan karyawan menjalankan tugasnya dengan baik.

Dapat disimpulkan dari keempat fungsi komunikasi organisasi diatas bahwa komunikasi berfungsi untuk memberikan kepada informasi kepada anggota organisasinya, berfungsi untuk memberikan perintah, dan menyediakan kebutuhan anggota organisasinya.

2.2.4. Konsep Komunikasi Organisasi

Menurut Goldhaber (dalam Robbert, 2021) komunikasi organisasi adalah sebuah proses menciptakan informasi juga untuk saling bertukar informasi atau pesan dalam suatu jaringan yang saling bergantung. Goldhaber juga mengatakan bahwa komunikasi organisasi mempunyai tujuan untuk menangani lingkungan yang terus berubah-ubah dan tidak pasti. Goldhaber menjelaskan konsep organisasi menjadi tujuh konsep yaitu sebagai berikut :

1. Proses, menciptakan dan saling bertukar informasi antar anggota organisasi inilah yang dapat disebut sebagai suatu proses.

2. Pesan, yang dimaksudkan dengan pesan ialah isi dari informasi yang ingin disampaikan baik secara verbal dalam bentuk surat, pidato, percakapan, maupun secara nonverbal berupa bahasagestur atau gerak tubuh, ekspresi wajah, dan sebagainya.
3. Jaringan, dalam sebuah organisasi terdiri dari orang-orang yang memiliki kedudukan dan tugas yang berbeda. Dalam menciptakan dan bertukar pesan, orang-orang tersebut melewati jaringan komunikasi.
4. Keadaan saling bergantung, menjadi saling terbuka adalah salah satu sistem dari organisasi. Ketika suatu bagian dari organisasi mengalami kendala atau gangguan, maka akan berpengaruh ke bagian lainnya.
5. Hubungan, interaksi sosial antar orang-orang yang ada dalam suatu organisasi menjadi hal yang penting. Hubungan tersebut dapat berupa individual, kelompok dan organisasi.
6. Lingkungan, yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua faktor yang mempengaruhi dan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. Lingkungan ini dapat berubah-ubah, baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.
7. Ketidakpastian, merupakan perbedaan antara informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Hal ini dapat terjadi disebabkan oleh kurangnya informasi yang diperoleh atau karena terlalu banyak informasi yang diterima.

Konsep komunikasi organisasi ini menjelaskan bagaimana setiap elemen saling berkaitan bahkan dampak dari tidak sempurnanya suatu kegiatan komunikasi itu seperti timbulnya ketidakpastian dan gangguan lainnya.

2.2.5. Hambatan-hambatan Komunikasi Organisasi

Hambatan komunikasi merupakan semua bentuk gangguan yang terjadi dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain yang dikarenakan faktor lingkungan ataupun faktor fisik dan psikis dari individu tersebut. Gangguan atau *noise* menjadi unsur dari komunikasi namun unsur ini dapat mengganggu proses penyampaian pesan. Hambatan komunikasi bisa berupa fisik, psikologis, budaya, teknis, literasi dan sebagainya. Adapun jenis hambatan komunikasi sebagai berikut :

1. Hambatan fisik dapat terjadi ketika komunikator sebagai pemberi pesan tidak dapat melihat komunikan secara fisik karena berada di lokasi yang berbeda.
2. Hambatan psikologis terjadi karena adanya perbedaan sikap, minat dan motivasi karenanya setiap individu melihat dengan cara yang berbeda.
3. Hambatan sosial budaya terjadi karena adanya perbedaan latar belakang budaya.
4. Hambatan linguistic terjadi ketika dalam proses komunikasi terdapat kesalahan berupa ekspresi yang tidak tepat, penafsiran yang tidak tepat, penggunaan kata-kata yang ambigu, dan kosakata yang tidak sesuai.
5. Hambatan teknis yang terjadi ketika alat, saluran atau media yang digunakan mengalami kendala. Seperti sinyal jaringan telekomunikasi yang buruk.
6. Hambatan literasi adalah kurangnya pengetahuan serta ketidakcakapan pemanfaatan alat-alat dalam berinteraksi sosial.

2.3. Public Relations

Menurut Howard Honham (dalam Fullchis, 2018) *public relations* merupakan sebuah seni yang bertujuan untuk mewujudkan publik dalam pengertian yang baik serta dapat menimbulkan rasa percaya dari publik kepada seseorang atau perusahaan. Sedangkan menurut Glenn dan Denny Grisword *public relations* ialah suatu fungsi management yang memberikan penilaian terhadap sikap publik kemudian memperlihatkan prosedur dan kebijakannya kepada seseorang maupun organisasi atas dasar kepentingan publik dan menjalankan kerjanya sesuai rencana untuk mendapatkan pengakuan dan pengertian publik.

Pada dasarnya *public relations* merupakan kegiatan komunikasi yang timbal balik. Komunikasi yang bersifat timbal balik ini harus ada dalam kegiatan *public relations* karena diharapkan ada timbal balik dari publik. *Public relations* sebagai pelaksana komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan publik yang dimana kesuksesan perusahaan tergantung pada kegiatan dari *public relations*.

Kesuksesan perusahaan bergantung pada keefektifan komunikasi yang dilaksanakan dalam kegiatan *public relations*. Adapun hal yang perlu diperhatikan yang berkaitan dengan komunikasi efektif adalah sebagai berikut :

- a. Khalayak, atau publik itu sendiri, Jenis publik harus diperhatikan karena merekalah sasaran dalam kegiatan *public relations*.
- b. Pesan, penyusunan pesan yang ingin disampaikan kepada publik harus diperhatikan agar mudah dipahami oleh publik.
- c. Saluran, media atau saluran yang tepat untuk menyalurkan ke publik yang dituju.

2.4. Customer and Employee Relations

Dalam suatu perusahaan banyak ditemui berbagai kegiatan hubungan masyarakat yaitu sebagai berikut ini :

1. *Employee relations*, yaitu hubungan pekerja. Perusahaan terus menjaga hubungannya dengan para pekerjanya dengan tujuan untuk menimbulkan suasana yang harmonis sehingga dapat membangun kesetiaan dari pekerja dan kerja sama yang baik antar pekerja.
2. *Customer relations*, yaitu hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya ataupun dengan orang yang akan menjadi pelanggannya.
3. *Government relations*, yaitu hubungan antara perusahaan dengan pemerintah seperti contoh dalam pengurusan perizinan dan lain sebagainya.
4. *Pers relations*, yaitu hubungan antara perusahaan dengan media.
5. *Community relations*, yaitu hubungan antara perusahaan dengan golongan-golongan masyarakat.

Dari kegiatan hubungan yang ada di suatu perusahaan diatas yang menjadi fokus pada bagian ini adalah *customer and employee relations*. Dengan membangun hubungan yang dengan pekerja maka para pekerja dapat mengusahakan yang terbaik untuk perusahaan. Pekerja yang telah merasakan banyak hal positif dengan bekerja diperusahaannya akan terus mempromosikan perusahaannya kepada pelanggan dengan memberitahukan keunggulan dari perusahaannya. Sehingga hubungan keduanya ini saling berkaitan dimana pelangganpun yang telah

mendapatkan pesan yang positif yang disampaikan oleh pekerja akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Setelah mendapatkan pelanggan, pekerja terus mengusaha agar para pelanggan menjadi loyal.

2.5. Psikologi Komunikasi

Menurut Miller (dalam Fitri, 2021) psikologi komunikasi merupakan suatu ilmu yang berusaha menjelaskan, memprediksi serta mengendalikan perilaku mental serta perilaku dalam komunikasi. Dari pengertian ini terdapat beberapa poin yang menjadi kata kunci yaitu :

- a. Menjelaskan, melakukan analisis terhadap suatu tindakan dari komunikasi yang dapat terjadi dan mencari tahu alasan tindakan tersebut dapat terjadi.
- b. Memprediksi, dengan membuat suatu arti secara umum dari keadaan psikologis tertentu maka bisa mendapatkan suatu prediksi yang akan timbul dari impuls yang diberikan.
- c. Mengendalikan, untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan atau efek tertentu yang diharapkan maka perlu dikendalikan dengan turut mengambil andil.

Ada empat pendekatan psikologi dalam komunikasi menurut Fisher (dalam Fitri, 2021) yaitu sebagai berikut :

1. Impuls yang diterima dari panca indra.
2. Proses dari impuls dan responnya

3. Prediksi dari implus yang diberikan
4. Pengukuhan impuls

Psikologi komunikasi mendalami efek atau respon yang telah didapatkan sebelumnya sehingga dapat memprediksi kemungkinan efek yang didapatkan dimasa mendatang.

2.6. Pengertian Aktivitas

Aktivitas yaitu kegiatan yang dilakukan oleh pekerja dalam pelaksanaan program kerja mereka yang akan menyebabkan kepatuhan dari pekerja garda depan (*frontliner*) untuk memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah pada saat dilakukan pelayanan. Adapun yang dimaksud dengan *frontliner* yaitu pekerja garda terdepan yang langsung berinteraksi dengan nasabah. *Frontliner* yang paling akrab dengan kita adalah *Coustumer Service* dan *teller*.

Dan menurut KBBI, aktivitas adalah keaktifan, kegiatan, kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilakukan dalam tiap bagian di dalam perusahaan. Berdasarkan pengertian ini dapat didefinisikan bahwa aktivitas adalah serangkaian kegiatan produktif yang dilakukan oleh setiap bidang dalam perusahaan.

2.7. Tim Service Quality Policy

Selama melaksanakan program MBKM, penulis ditempatkan di Tim *Service Quality Policy*. Tim ini merupakan salah satu tim dari 13 yang ada di Divisi *Service and Contact Center*. Dan hanya ada dua anggota pada tim ini. Dalam

pelaksanaan kerjanya, tim ini sangat memperhatikan nasabahnya agar bisa dilayani dengan sangat baik untuk meningkatkan *customer experience*. Adapun yang dimaksud dengan *customer experience* adalah pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan setelah diberikan pelayanan oleh suatu perusahaan.

Kesadaran akan pentingnya meningkatkan *customer experience* adalah karena dengan terus memperhatikan hal ini, akan banyak sekali hal positif yang akan diperoleh oleh perusahaan misalnya pelanggan akan menjadi loyal, pelanggan akan menjadi puas, pelanggan akan merekomendasikan perusahaan, dan banyak lagi.

Tim *Service Quality Policy* (Kebijakan Kualitas Layanan) berada dibawah departemen *Service Quality* bersama dengan tim *Customer Experience Analisis*. Adapun tugas serta tanggung jawab dari tim *Service Quality Policy* adalah sebagai berikut:

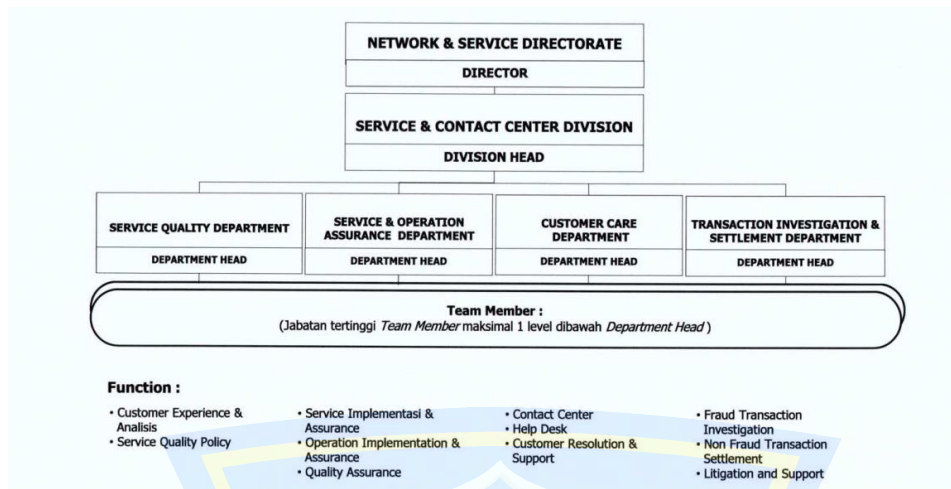
1. Mengelola kegiatan penyusunan dan penyempurnaan kebijakan terkait pengendalian mutu layanan(*ServiceLevel Agreement & Key PerformanceIndicator* bidang layanan di UKO), *service quality (People, Process& Premises)*,*monitoring* & pembinaan kualitas layanan, produk layanan terkait kerjasama dengan pihak ketiga dan kebijakan terkait Contact Center.
2. Mengelola kegiatan Pengembangan *business process re-engineering* (BPR) terkait pengendalian mutu layanan (*Service Level Agreement & Key Performance Indicator* bidang layanan di UKO), *service quality (People, Process& Premises)*, *monitoring* & pembinaan kualitas layanan, produk

layanan terkait kerjasama dengan pihak ketiga dan kebijakan terkait Contact Center.

3. Mengelola kegiatan penyusunan dan penyempurnaan kebijakan & prosedur yang berlaku pada masa krisis terkait pengendalian mutu layanan (*Service Level Agreement & Key Performance Indicator* bidang layanan di UKO), *service quality (People, Process & Premises)*, *monitoring* & pembinaan kualitas layanan, produk layanan terkait kerjasama dengan pihak ketiga dan kebijakan terkait Contact Center

2.8. Divisi Service and Contact Center

Divisi *Service and Contact Center* berada langsung dibawah *Network and Service Directorate* seperti pada Gambar 3. Kemudian terbagi menjadi empat departemen, yaitu: *Service Quality Departement*, *Service & Operation Assurance Departement*, *Customer Care Departement*, dan *Transaction Investigation & Settlement Departement*. Pada setiap departemen membagi diri lagi menjadi beberapa tim hingga terbentuklah 13 pada struktur organisasi Divisi Service and Contact Center.



Gambar 1. Struktur Organisasi Divisi SCC

Selama penulis melaksanakan program magang, yang menjabat sebagai *Director Network & Service Directorate* adalah Bapak Arga Mahanana Nugraha dan berganti ke Bapak Andrijanto. Yang menjabat sebagai *Division Head Service & Contact Center* adalah Ibu R. Tita Sriyati dan berganti ke Ibu Berlian Ferra Herawati. Selanjutnya yang memimpin *Service Quality Departement* adalah Bapak Haryo Pamujo Tri Achtiaji dan anggota *Service Quality Policy* adalah Isnaeni Fitrahadi dan A.Radinal Pramudha Sirat.

Adapun tugas dan tanggung jawab Divisi *Service and Contact Center* adalah

1. Menyusun dan memurnakan kebijakan terkait pengendalian mutu layanan, service quality, monitoring & pembinaan kualitas layanan, produk layanan.
2. Menyusunan dan menyempurnakan kebijakan & proseclur yang berlaku pada masa krisis.

3. Menilai tingkat kepuasan dan keterikatan Nasabah atas layanan di seluruh channel BRI.
4. *Second Level Maintenance* (SLM) berupa pemeliharaan dan perbaikan operasional & kualitas Divisi Layanan & Contact Center, serta *fungsi relation management & continual improvement service management*.
5. *Monitoring* dan evaluasi atas efektivitas implementasi kebijakan/ ketentuan program operasional dan layanan.
6. *First level information center, maintenance & complaint handling* dari nasabah internal & external.
7. *Second level maintenance & eskalasi complaint handling* dari nasabah internal & external.
8. Mengawasi transaksi *e- banking & non e-banking* yang terindikasi fraud.
9. Meneliti dan menyelesaikan fraud transaksi *e-banking & non e-banking*.
10. Tindak lanjut hasil penelitian atas transaksi *e-banking & non e- banking* yang terindikasi *fraud*; untuk mencapai target layanan kepada nasabah yang mendukung pencapaian target bisnis sesuai dengan ketentuan.

2.9 Service Quality

Menurut Lupiyoadi (dalam Freddy, 2017) kualitas adalah harga yang harus dibayar oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya karena itulah nilai yang akan diberikan kepada pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilihat dari tingkat kesuksesan serta kualitas dari layanan yang diberikan.

Kualitas layanan (*Service Quality*) menurut Tjiptono (dalam Meki Pamekas, 2021) merupakan suatu bentuk dalam memenuhi keinginan juga kebutuhan pelanggan dengan penyampaian yang tepat untuk bisa memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Sehingga terdapat dua faktor yang menjadi pengaruh atas kualitas layanan yaitu pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Apabila pada kenyataannya, pelayanan yang diberikan melebihi harapan, dapat dikatakan pelayanan tersebut berkualitas. Dan sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak melebihi harapan maka dapat dikatakan pelayanan tersebut tidak berkualitas. Hal ini sesuai dengan pengertian *service quality* menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (dalam Freddy, 2017) yaitu selisih antara apa yang menjadi kenyataan dengan apa yang diharapkan.

Ketiganya juga mengatakan bahwa terdapat lima dimensi kinerja jasa dalam skala *service quality*. Berikut lima dimensi kinerja jasa :

- a. Bukti fisik (*tangible*) yaitu hal-hal yang berkaitan dengan indra penglihatan. Apa saja hal yang dapat dilihat oleh pelanggan yang bisa membuat mereka nyaman. Seperti halnya bentuk dan keadaan bangunan, perlengkapan yang digunakan, hingga penampilan dari pekerja. Tentu yang membuat yang adalah ketiga semuanya itu dalam kondisi rapi, bersih, dan menarik.
- b. Empati (*emphaty*) yaitu kepekaan yang ditunjukkan oleh pekerja. Tentu sebelumnya, pekerja harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggannya kemudian bertindak untuk membantu pelanggan sehingga dari

hal itu biasanya akan menimbulkan pelayanan yang melebihi harapan dari pelanggan.

- c. Pelayanan (*reliability*) yaitu kehandalan perusahaan dalam memberikan pelayan kepada pelanggannya sesuai yang dijanjian serta dalam hal keakuratan dalam melayani pelanggannya.
- d. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan dari pekerja yang dapat memberikan pelayan terbaiknya dalam usaha memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Dapat memberikan informasi dengan cara yang tepat dan dapat dimengerti oleh pelanggan.
- e. Jaminan (*assurance*) yaitu sikap dari pekerja yang dapat memberikan perasaan nyaman dan aman sebagai jaminan kepada pelanggan sehingga pelanggan memiliki kepercayaan terhadap perusahaan.

2.10. Layanan Perbankan

2.10.1. Definisi Layanan

Pelanggan adalah apa yang benar-benar penting didalam suatu perusahaan. Seeluruh pekerja yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan pelanggan haruslah mampu dan tidak takut untuk memanfaatkan kemampuan masing-masing untuk memberikan pelayanan serta mengatasi masalah dari pelanggannya. Karena setiap pelanggan pasti mempunyai keinginan, dan setiap pelanggan memiliki keinginan yang berbeda-beda. Sebagai penjaga kantor, nama besar dan kesan asosiasi ada dalam genggam tangan staff. Bersikap positif menjadi salah satu poin penting, sehingga kesan yang baik dapat tercapai. Sikap adalah sesuatu

yang tampaknya tidak penting, namun harus dipertimbangkan mengingat fakta bahwa itu dapat memiliki efek besar. Mentalitas kita dipicu oleh pertimbangan, di mana jika memiliki pikiran yang positif, maka kita pun akan menunjukkan sikap yang positif juga.

Setiap pekerja dalam suatu instansi harus memahami peranannya dalam perusahaan. Ada pekerja yang bekerja di bagian depan (*frontliner*) serta ada juga pekerja yang bekerja di bagian belakang (*back office*). *Frontliner* menjadi ujung tombak, untuk mendapatkan permintaan pelanggannya, memberikan bantuan dalam memenuhi permintaan pelanggan. Menjadi seorang *frontliner* juga harus dapat menunjukkan kesan yang positif kepada pelanggan, dengan bersikap baik, hormat, dan memiliki pilihan untuk membantu pemenuhan dalam memberikan pelayanan sesuai permintaan pelanggan. Dalam hal memberikan loyalitas konsumen, *frontliner* tidak sendiri tetapi juga dibantu oleh pekerja *back office*. Pekerja bagian *back office* mengambil bagian didalam usaha membantu garis depan ketika masalah dari pelanggan sudah tidak dapat diselesaikan oleh *frontliner*, maka pekerja bagian *back office* lah yang memberikan bantuan menangani masalah tersebut. *Back office* dipisahkan menjadi dua bagian, yang pertama berhubungan secara langsung terhadap pelayanan. Misalnya, *call center*, manajemen. Sedangkan untuk bagian yang kedua kedua tidaklah berkaitan dengan pelayanan. Misalnya, bantuan khusus.

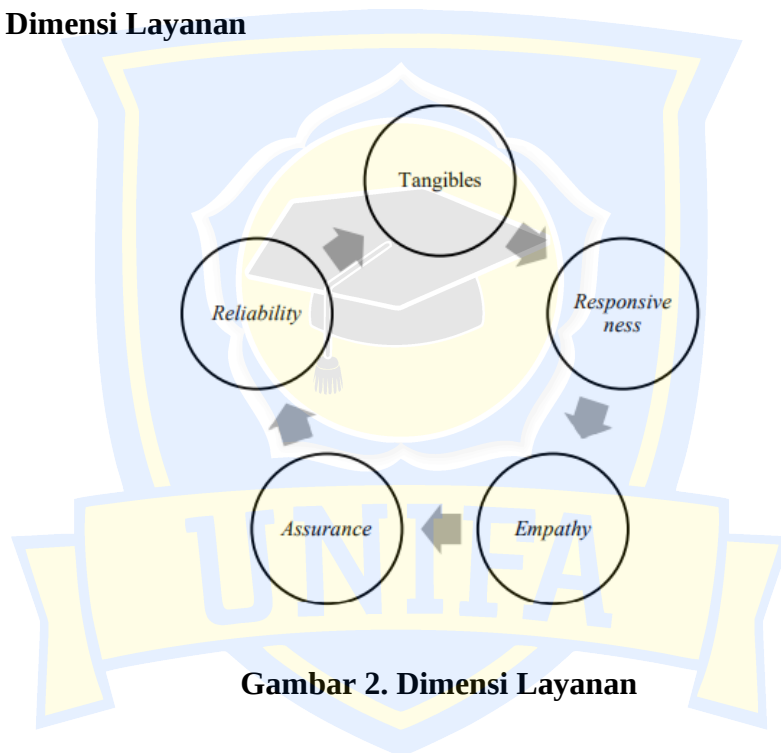
2.10.2. Unsur-unsur Layanan

Terdapat 6 unsur pelayanan prima menurut Barata (dalam Meki Pamekas, 2021). Yaitu sebagai berikut :

1. *Kesanggupan* : Kesanggupan merupakan suatu kemampuan dalam mengerjakan sesuatu. Sebagaimana dalam memberikan pelayanan prima yang dikatakan disini adalah kemampuan yang harus dimiliki seseorang, yang berhubungan dengan keterampilan serta pengetahuan, seperti :
 - a. Mempunyai ilmu atau pengetahuan yang sama dengan bidang pekerjaannya,
 - b. Mempunyai kemampuan yang sama dengan bidang tugasnya,
 - c. Mempunyai kreativitas tinggi,
 - d. Mengetahui cara menyampaikan informasi dengan baik,
 - e. Mampu menempatkan diri didalam setiap kondisi agar supaya bisa beradaptasi di lingkungannya,
 - f. Sanggup mengendalikan perasaan.
2. *Attitude* (Sikap) : Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan pikiran yang positif, serta logis juga melayani pelanggannya dengan menunjukkan sikap menghargai.
3. *Appearance* (Penampilan) : Memperhatikan tampilan tetap sopan serta tampil rapi.
4. *Attention* (Perhatian): Mmberikan perhatian dapat ditunjukkan dengan, mendengarkan serta memahami dengan sungguh-sungguh apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan, memperhatikan serta menghargai sikap dari pelanggan, serta memberikan perhatian penuh kepada pelanggan.

5. *Action* (Tindakan) : Hal ini bisa dilakukan dengan membuat catatan dari setiap permintaan pelanggan, dengan membuat catatan dari kebutuhan pelanggan, memastikan lagi kebutuhan mereka, serta memenuhi permintaan mereka.
6. *Accounttability* (Tanggung jawab): Di perlukan tanggung jawab dari setiap pekerja dalam memberikan pelayanan.

2.10.3. Dimensi Layanan



Gambar 2. Dimensi Layanan

UNIVERSITAS FAJAR

Pelayanan memiliki lima dimensi menurut Lupiyoadi (dalam Atmaja, 2018), Adapun kelima aspek itu yaitu:

1. *Tangibles* merupakan bukti nyata kesanggupan dari perusahaan yang mampu menarik pelanggan dengan menunjukkan pelayanan terbaik mereka. Baik dilihat dari penampilannya, fasilitas, teknologi yang mendukung, hingga dari penampilan pekerjanya.

2. *Reliability* merupakan kesanggupan perusahaan yang dapat memberikan layanan kepada pelanggannya yang dengan keinginan mereka yang dilihat dari kecepatannya, ketepatan waktunya, tidak adanya kesalahan, perhatian, dan lain hal lainnya.
3. *Responsiveness* merupakan ketanggapan dalam menawarkan pelayanan kepada nasabah dengan cepat dan mampu menyampaikannya dengan jelas.
4. *Assurance* merupakan jaminan yang ditunjukkan dari sikap positif pekerjanya, kemampuan komunikasi yang baik, juga pemahaman / pengetahuan pekerjanya, yang akhirnya dapat menciptakan rasa percaya dari pelanggan. a. Pekerja sanggup menimbulkan rasa percaya dari pelanggannya, b. Pekerja dapat memberikan kenyamanan dan keamanan kepada pelanggannya. c. Pekerja selalu menunjukkan sikap yang sopan dan ramah, d. Pekerja mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang cukup agar bisa mengatasi masalah pelanggannya, e. Pekerja bisa dipercaya.
5. *Empathy* merupakan perhatian yang diberikan secara tulus dan sifatnya pribadi, hal ini bisa dilakukan sebagai upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan secara tepat dan juga spesifik.
 - a. Pekerja memberikan perhatian terhadap keperluan pelanggan,
 - b. Pekerja tanggap terkait dengan kebutuhan pelanggan,
 - c. Pekerja senantiasa siap untuk memberikan respon permintaan pelanggannya,
 - d. Pekerja sanggup memenuhi permintaan pelanggannya dengan penuh kesabaran serta perhatian,

- e. Memberikan tempat layanan yang nyaman untuk nasabah.

2.10.4. Prinsip Pelayanan

Terdapat lima prinsip dasar yang ada dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan menurut Agung yaitu sebagai berikut:

1. *First impression* (Kesan pertama) terbentuk saat untuk pertama kalinya pekerja dengan pelanggan. Apabila kesan pertama yang diberikan menyenangkan, maka perusahaan sudah memiliki fondasi untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan menyenangkan kepada pelanggan. Tapi sebaliknya apabila kesan pertama yang diberikan tidak memuaskan, maka perusahaan harus melakukan analisa untuk mencari tahu apa hal yang kurang kemudian melakukan perbaikan. Kesan pertama dibentuk tidak dilakukan oleh *frontliner* saja namun juga terbentuk dari fasilitas yang secara langsung dilihat oleh pelanggan. Fasilitas tersebut dapat mendukung pandangan yang positif terhadap kualitas layanan suatu perusahaan.
2. Tetap menjaga tatak ramah dan kesopanan selama berinteraksi untuk memberikan kesan yang positif. Untuk prakteknya dapat melakukan hal berikut:
 - a. Mengucapkan *magic words* seperti : tolong, maaf, terima kasih. Dengan mengucapkan kata-kata seperti ini sesering mungkin maka secara tidak sadar akan mempengaruhi dan menjadi terbiasa untuk mengucapkannya. Apabila seperti itu, maka *frontliner* dapat menjadikan *frontliner* sebagai seorang yang menyenangkan.

- b. Menyebutkan pemanggilan pelanggan dengan menyebutkan nama, ibu, bapak, dan sebagainya. Dengan menyebutkan nama *frontliner* saat memperkenalkan diri juga melayani pelanggan dengan baik dapat membangun keakraban. Selanjutnya saat memberikan jawaban kepada pelanggan dengan menggunakan kalimat “betul pak, benar bu, baik”.
 - c. Memberikan senyum yang ramah. Tentu dari segala jenis senyum yang ada, senyuman yang tuluslah yang sebaiknya diterapkan saat memberikan pelayanan kepada pelanggan. Karena memberikan senyum yang tidak tepat maka pelanggan akan membentuk kesan yang kurang baik.
 - d. Menampilkan sikap yang ramah dan sopan pada saat berinteraksi dengan pelanggan.
3. Menampilkan sikap positif dan sopan. Dengan sikap positif dapat membentuk kesan yang baik di mata pelanggan dan tidak mudah mereka lupakan. Sikap merupakan presentasi dari *frontliner* yang seutuhnya. Apabila sikap yang ditunjukkan tidak baik, maka *frontliner* akan dinilai buruk. Tapi apabila memiliki sikap yang baik pelanggan akan menilai *frontliner* sebagai pekerja yang bertanggung jawab, menyenangkan, suka menolong, dan ramah. Kepercayaan diri juga berpengaruh agar *frontliner* mudah untuk disenangi oleh pelanggan. Saat *frontliner* memiliki kepercayaan diri maka mereka dapat memberikan efek yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah atau pelanggan.
4. Prinsip Integritas. Prinsip ini merupakan prinsip dasar yang harus dimiliki oleh setiap pekerja dengan rasa tanggungjawab yang dimiliki dalam menjalankan pekerjaannya.

5. Mampu melayani dengan sepenuh hati. Ketika memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, pelanggan dapat merasakannya. Pelanggan akan merasa senang dan puas jika mendapat pelayanan yang baik, merasa merasa di hormati dan masalah yang mereka miliki dapat diselesaikan dengan baik. Sehingga ketika kita telah menyenangkan hati pelanggan dengan terlebih dulu senang menangani masalah mereka, dapat menjadikan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan kita.

2.10.5. Ciri Jasa atau Pelayanan

Sementara itu, menurut Amtrong dan Kotler (dalam Freddy, 2017). Jasa terdiri dari 4 (empat) karakteristik, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak memiliki wujud) bahwa jasa memiliki sifat tidak berwujud. Jasa berbeda dengan produk fisik, karna tidak bisa dilihat, diraba, didengar, dicium atau dirasa sebelum membeli jasa tersebut.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) bahwa jasa pada dasarnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Apabila jasa ini disumbangkan oleh seseorang, maka dia akan menjadi bagian dari jasa tadi.
3. *Variability* (sifat yang tidak pasti) bahwa jasa sebenarnya memiliki sifat yang tidak pasti karena bisa berubah-ubah dengan sangat mudah, karena jasa begitu tergantung terhadap pelaku, tempat dan waktu pelayanan
4. *Perishability* (daya tahan) jelas bahwa jasa memiliki sifat yang tidak bisa disimpan. Daya tahan suatu jasa tidaklah masalah apabila selalu ada permintaan

dan konsisten memberikan yang terbaik. Masalah akan segera muncul apabila banyak permintaan yang berubah-ubah.

Dari pendapat tersebut menggambarkan bahwa memang benar jasa atau pelayanan itu tidak nyata, tidak berwujud sehingga baru dapat dihasilkan dan dikonsumsi disaat yang sama pada waktu jasa atau pelayanan itu diterima, dengan demikian sifat jasa itu tidak dapat terpisahkan. Namun jasa memiliki sifat yang labil, tidak tetap, mudah berubah-ubah tergantung dari kondisinya. Oleh sebab itu jasa jelas tidak dapat disimpan. Jasa memiliki suatu daya tahan jika permintaan selalu ada dan mantap, maka masalah baru timbul bila permintaan akan jasa berfluktuasi.

2.11. Bank

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima dana berupa simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian, bank juga dikenal sebagai tempat peminjaman uang. Selain itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk melakukan penukaran uang, memindahkan uang, atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran, seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Aktivitas perbankan kebanyakan berkaitan dengan bidang keuangan. Aktivitas

perbankan yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya yaitu mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara melakukan berbagai strategi agar masyarakat tertarik untuk menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Agar masyarakat tertarik untuk menyimpan uangnya di bank, pihak bank memberikan insentif berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa ini dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, voucher belanja, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan bank, maka dapat menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, pihak bank akan memutar Kembali dana tersebut atau dijual kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman yang dikenal dengan istilah kredit (*lending*). Dalam pemberian kredit ini nasabah akan dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (debitur) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi.

Keuntungan utama dari bisnis perbankan (berdasarkan prinsip konvensional) diperoleh dari selisih antara bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan oleh pihak bank. Keuntungan yang didapatkan bank dari selisih bunga ini dikenal dengan istilah *spread based*. Namun jika suatu bank mengalami kerugian yang berasal dari selisih bunga, di mana suku bunga simpanan lebih besar dari suku bunga kredit, kerugiannya ini dikenal dengan istilah *negatif spread*.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Logo Perusahaan

Logo menjadi salah satu identitas untuk perusahaan dan berikut logo dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.



Gambar 3. Logo BRI

Adapun arti dari logo tersebut adalah :

- 1) Logo BRI didominasi warna biru dengan latar belakang putih. Huruf B, R, dan I dikreasikan dari lekukan-lekukan dan garis lurus, dinaungi oleh persegi empat dengan lengkung di sudut-sudutnya.
- 2) Cukup dilihat sekilas, kita sudah bisa melihat tulisan BRI pada logo tersebut. BRI yang mudah dibaca menandakan BRI merupakan sebuah perusahaan yang terbuka untuk siapa saja.

- 3) Dari segi warna, biru laut menandakan kepercayaan dan ketenangan. Sehingga warna biru pada logo BRI menandakan kestabilan, bisa dipercaya dan diharapkan dapat memberikan ketenangan pada nasabahnya.
- 4) Sementara warna putih dalam logo perusahaan dapat memberikan kesan santun dan integritas tinggi.
- 5) Persegi empat tertutup yang menaungi tulisan BRI, menandakan bahwa BRI merupakan perusahaan yang aman dan terlindungi. Sehingga nasabah tidak perlu khawatir saat memberikan kepercayaan kepada BRI.
- 6) Sementara kombinasi garis lurus dan lekuk yang digunakan dalam membuat logo, menandakan bahwa BRI sebagai sebuah bank yang telah melalui berbagai kejadian sejarah, senantiasa fleksibel (lengkung) dan mampu menyesuaikan diri. Namun demikian, tetap berpegang teguh pada hal-hal yang prinsipil (garis lurus).

3.2 Sejarah Perusahaan

Perjalanan bisnis PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (“BRI”, “Bank”, atau “Perseroan”) dimulai pada tahun 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja yang awalnya mengelola dana kas masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sederhana. Sepanjang sejarah, berbagai nama telah melekat pada BRI, mulai dari De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Indlandsche Hoofden, Hulp en Spaarbank der Indlandsche Bestuurs Ambtenareen, Syomin Ginko, sampai akhirnya resmi ditetapkan menjadi Bank Rakyat Indonesia sejak 18 Desember 1968 berdasarkan UU No. 21 tahun 1968.

Pada tahun 1992, BRI berubah status hukum menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, kini Bursa Efek Indonesia pada 10 November 2003, dengan kode saham BBRI. Pada tahun 2007, BRI mengambil langkah strategis dengan mengakuisisi Bank Jasa Artha (BJA), yang kemudian dikonversi menjadi PT Bank BRI Syariah. Unit Usaha Syariah milik BRI kemudian dipisahkan dari BRI dan digabungkan ke dalam PT Bank BRI Syariah (BRI Syariah) pada 1 Januari 2009 dan kemudian pada tanggal 3 Maret 2011 BRI mengakuisisi saham PT Agro Niaga Tbk dari Dana Pensiun Perkebunan (Dapenbun).

Sejak awal berdiri, BRI konsisten fokus pada segmen usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta menjadi pelopor microfinance di Indonesia. Komitmen ini tetap dijaga sampai saat ini dan dengan dukungan pengalaman memberikan layanan perbankan terutama di segmen UMKM, BRI mampu mencatat prestasi sebagai bank dengan laba terbesar selama 15 tahun berturut-turut. Keberhasilan ini adalah buah kerja keras seluruh insan BRI yang tak pernah berhenti berinovasi dan terus mengembangkan produk dan layanan perbankan bagi semua segmen bisnis.

Dengan berinovasi, BRI mampu merespon setiap perkembangan yang terjadi di masyarakat dan dunia bisnis. Salah satunya adalah perkembangan teknologi. BRI menjadi yang pertama dalam menyediakan layanan self-service banking di Indonesia melalui BRI Hybrid Banking pada tahun 2013.

Layanan perbankan berbasis teknologi juga dibawa BRI sampai ke pelosok negeri, bahkan sampai ke pulau-pulau kecil Nusantara. Di tahun 2015, BRI

meluncurkan Teras BRI Kapal, layanan perbankan pertama di dunia yang ada di atas laut. Lalu, di tahun 2016, sejarah baru kembali terukir. Pada 18 Juni 2016 pukul 18.38 waktu Kourou, Guyana Prancis, BRI meluncurkan BRI-sat. Ini menjadikan BRI bank pertama di dunia yang memiliki dan mengoperasikan satelit sendiri. Pengadaan satelit ini adalah bagian dari rencana strategis BRI untuk memperkuat infrastruktur penunjang layanan digital masa depan, yang bisa membawa teknologi perbankan berkualitas dari pusat kota sampai ke pelosok.

Dalam rangka memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah, BRI memiliki ATM hingga 19,184 unit, jumlah mesin EDC sebanyak 204,386 unit, serta jumlah mesin CRM sebanyak 3,809 unit, termasuk 422.160 agen BRILink. Jaringan e-channel yang tersebar di seluruh Indonesia tersebut menjadi bukti konsistensi BRI dalam menjangkau yang tidak terjangkau.

Perluasan jaringan juga terus dilakukan. Untuk memperkuat eksistensi bisnis di kancah global, BRI membuka unit kerja di luar negeri. Di tahun 2015 BRI membuka kantor di Singapura. Sebelumnya telah berdiri unit kerja di beberapa negara lain seperti BRI New York Agency, BRI Cayman Island Branch, Hong Kong Representative Office, dan BRI Remittance Hong Kong. Pada tahun 2017, BRI membuka unit kerja di Timor Leste.

Untuk menjawab perkembangan pasar dan keragaman kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan keuangan, BRI mempunyai target untuk menjadi integrated financial service group, yaitu satu grup perusahaan yang menyediakan berbagai layanan atau jasa keuangan kepada nasabahnya, baik layanan perbankan, asuransi, remitansi, maupun layanan keuangan lainnya.

Elaborasi di segmen asuransi dan pembiayaan kian terlihat pada tahun 2015, BRI menambah anggota baru yang bergerak di bidang asuransi dengan mengakuisisi PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera (Bringin Life) dan disusul pada tahun 2016 BRI menambah penyertaan saham pada PT BTMU- BRI Finance dari 45% menjadi 99% sehingga BRI menjadi pemegang saham pengendali. Dengan selesainya proses tersebut, PT BTMU BRI Finance kemudian berganti nama menjadi PT BRI Multifinance Indonesia.

Setiap langkah korporasi dan rencana kerja yang dijalankan adalah bagian dari upaya memberikan layanan perbankan yang lengkap bagi para nasabah, terutama sektor UMKM. Dengan kehadiran BRIsat, BRI dapat memaksimalkan layanan digital banking. Berbagai inisiatif digital bagi UMKM mulai beroperasi di tahun 2016, mulai dari pembangunan Teras BRI Digital, pengembangan e-Pasar, sampai pembukaan co-working space. Hal tersebut berlanjut pada tahun 2018 dengan meluncurkan Indonesia Mall dan mengadakan Cowork Festival. Semua inisiatif untuk UMKM dilakukan untuk menciptakan UMKM yang unggul di era ekonomi digital.

Selain itu pada tahun 2017 BRI membuka Unit Kerja Luar Negeri di Timor Leste. BRI juga resmi meluncurkan Teras BRI Kapal Bahtera Seva II dan Teras BRI Kapal Bahtera Seva III untuk menjangkau masyarakat pesisir di kepulauan Labuan Bajo dan Halmahera.

Pada tahun 2017 BRI mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (“RUPSLB”) Perseroan pada tanggal 18 Oktober 2017 yang telah menyetujui pemecahan nilai nominal saham (stock split) dari semula Rp250 per saham menjadi

Rp50 per saham (Rasio 1:5) dan mulai diperdagangkan pada perayaan 14 Tahun Saham BRI melantai dibursa yakni tanggal 10 November 2017.

Guna memajukan sektor UMKM, BRI terus berkomitmen memberikan kemudahan layanan perbankan utamanya melalui inovasi perbankan digital. Oleh karena itu, BRI sejak tahun 2017 telah meluncurkan BRISPOT dan terus dikembangkan di tahun 2018. BRISPOT adalah sebuah aplikasi mobile-based dengan konsep one stop service bagi Account Officer untuk proses kredit end to end.

Pada tahun 2018, dalam rangka meningkatkan layanan kepada nasabah BRI meluncurkan Artificial Intelligence bernama Sabrina sebagai BRI New Assistance yang memudahkan nasabah untuk mendapatkan informasi mengenai Bank BRI.

Selain itu, Bank BRI mendorong UMKM Go Digital dengan meluncurkan Indonesia Mall bekerjasama dengan startup-startup market place sehingga memberikan kesempatan kepada UMKM untuk menjual produknya dengan pasar yang lebih luas. BRI juga meresmikan BRI Institute sebagai salah satu wujud nyata Bank BRI dalam Membangun Kapasitas Nasional atau National Capacity Building di segmen UMKM.

3.3 Visi Misi Perusahaan

3.3.1 Visi BRI

Adapun visi yang ingin dicapai BRI adalah :

“Menjadi *The Most Valuable Banking Group* di Asia Tenggara dan *Champion of Financial Inclusion*.”

Visi diatas merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh BRI yaitu ingin menjadi grup perbankan yang paling berharga di Asia Tenggara dan juara dari inklusi keuangan. Artinya BRI ingin menjadi bank terbaik tidak hanya di Indonesia saja tapi juga di Asia Tenggara dan menjadi juara dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan layanan keuangan terbaik kepada masyarakat.

3.3.2 Misi BRI

Berikut misi yang akan dilakukan untuk mencapai misi BRI :

1. Memberikan Yang Terbaik

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

2. Menyediakan Pelayanan Yang Prima

Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (performance-driven culture), teknologi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan risk management excellence.

3. Bekerja dengan Optimal dan Baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik Good Corporate Governance yang sangat baik

3.4. Budaya Perusahaan

Corporate culture di BRI Group adalah BRI One Culture. BRI One Culture dijadikan pedoman buat melaksanakan dan membangun budaya perusahaan yang kuat untuk mencapai visi perusahaan. BRI One Culture terdiri dari Core Values Akhlak, BRILiaN Belief, dan BRILiaN Ways sebagai perilaku kunci yang mampu mendorong pencapaian kinerja perusahaan. Insan Brilian adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan pekerja BRI Group.

1. CORE VALUES AKHLAK, Core Values AKHLAK adalah nilai-nilai utama Sumber Daya Manusia dalam lingkup Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai identitas dan perekat budaya kerja yang mendukung peningkatan kinerja secara berkelanjutan dan menjadi pondasi Corporate Culture BRI. Core Values AKHLAK memiliki 6 nilai pokok (values) yaitu sebagai berikut :

- a. Amanah, artinya para pekerja telah siap untuk memegang kepercayaan yang diberikan dengan teguh.
- b. Kompeten, artinya para pekerja terus mengembangkan kapabilitas dan terus belajar.
- c. Harmonis, artinya pekerja saling menghargai perbedaan dan saling peduli.
- d. Loyal, artinya para pekerja berdedikasi serta mengutamakan kepentingan bersama.
- e. Adaptif, artinya para pekerja terus melakukan inovasi serta antusias untuk perubahan yang baik,
- f. Kolaboratif, artinya para pekerja mendorong kerjasama yang sinergis.

Dalam melakukan tugasnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik, pekerja BUMN khususnya pekerja BRI memegang keenam nilai ini serta menerapkannya. Seperti misalnya pekerja *frontliner* yang diberikan amanah untuk bisa melayani nasabah dengan baik, maka mereka memegang amanah itu serta menerapkannya dengan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah mereka dengan solusi yang tepat dan cara yang tepat.

2. BRILIAN BELIEF, Brilian Belief merupakan prinsip-prinsip yang diyakini oleh insan BRILiaN dalam bersikap dan berperilaku. Adapaun Brilian Belief sebagai berikut :

“Insan BRILiaN senantiasa menjaga integritas dan bersikap Profesional dalam menjalankan tugasnya dengan saling respek (Trust) untuk menghasilkan jasa

dan layanan BRI Group yang inovatif berlandaskan semangat Customer Centric yang memberikan nilai tambah bagi nasabah, masyarakat, dan stakeholders”

3. BRILIAN WAYS, Perilaku utama Insan BRILiaN untuk mendukung pencapaian kinerja terbaik (performance driven behaviour). Adapun Brilian Ways adalah sebagai berikut :

1. BRILiaN jujur, tulus dan patuh pada peraturan.
2. BRILiaN cakap dan handal, terus belajar, mengembangkan diri dan orang lain (continous learner).
3. BRILiaN bekerja tuntas dengan penuh tanggung jawab berorientasi pada kinerja terbaik.
4. BRILiaN membangun kolaborasi yang produktif.
5. BRILiaN terbuka dan menghargai kemajemukan (respect to diversity).
6. BRILiaN proaktif, adaptif, inovatif dan berorientasi pada pertumbuhan yang berkelanjutan.
7. BRILiaN berempati memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan melebihi harapan.
8. BRILiaN peduli terhadap masyarakat dan lingkungan.

3.5. Lokasi, Fasilitas, dan Jaringan Perusahaan

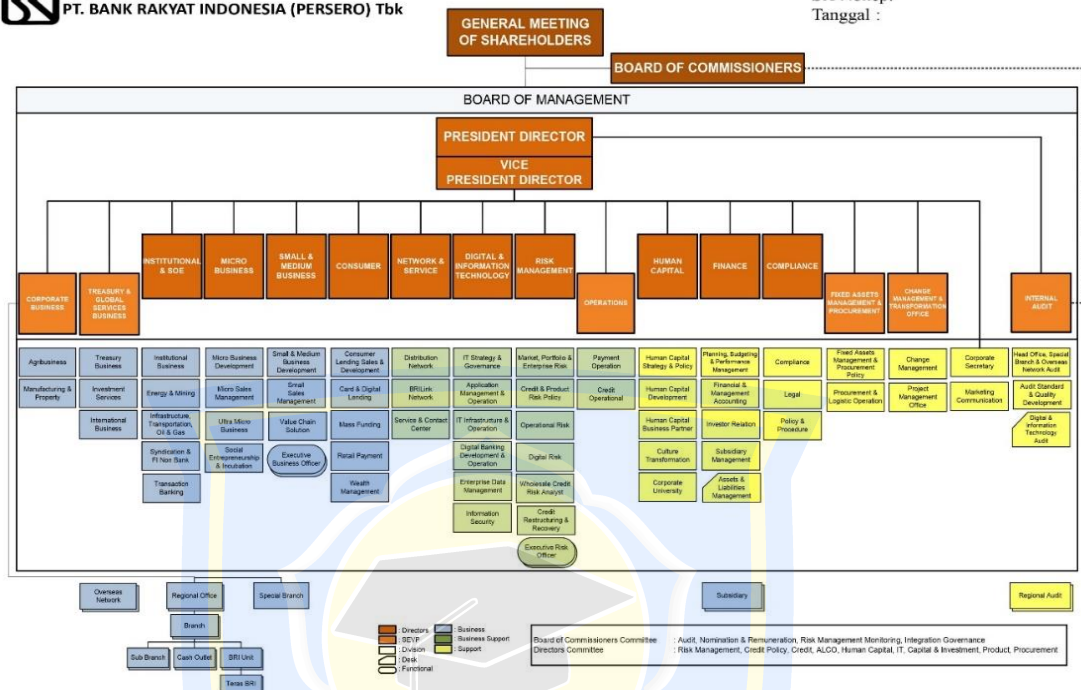
Konsisten fokus pada Segmen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui lebih dari 10.000 unit kerja yang terintegrasi secara *online* di seluruh Indonesia menjadikan BRI sebagai salah satu Bank dengan layanan *Micro Banking* terbesar di Indonesia dan dunia. BRI juga terus mengembangkan berbagai

produk *consumer banking* dan layanan institusional bagi masyarakat perkotaan. Untuk mendukung upaya tersebut, BRI terus mengembangkan jaringan kerja sehingga kini tercatat sebagai bank terbesar dalam hal jumlah unit kerja di Indonesia, yaitu berjumlah 10.396 unit kerja termasuk 3 kantor cabang yang berada di luar negeri, yang seluruhnya terhubung secara *real time*. Adapun Jaringan Usaha yang dimiliki oleh BRI sebagai berikut :

- 1) 1 Kantor Pusat.
- 2) 19 Kantor Wilayah.
- 3) 467 Kantor Cabang (termasuk 3 Unit Kerja Luar Negeri).
- 4) 611 Kantor Cabang Pembantu.
- 5) 971 Kantor Kas.
- 6) 5.382 BRI Unit.
- 7) 2.049 Teras BRI.
- 8) 133 Teras BRI Keliling.
- 9) 952 Kantor Kas.
- 10) 4 Teras BRI Kapal.
- 11) 152.443 Jaringan *e-channel* (ATM, EDC, CDM, E-Buzz) di seluruh Indonesia.

3.6.Struktur Organisasi

Dalam suatu perusahaan tentu terdapat banyak bagian-bagian yang memiliki peran dan fungsinya masing-masing dan keterkaitannya dengan bagian lainnya. Berikut struktur organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.



Gambar 4. Struktur Organisasi BRI

Kegiatan perbankan dikerjakan dari bagian terkecil kemudian diertanggung jawabkan kepada tingkatan diatasnya. Dalam hal ini kantor kas BRI, unit, dan kantor cabang pembantu menjalankan fungsinya untuk kemudian dipertanggung jawabkan dan juga dibantu dari kantor cabang selanjutnya kantor cabang ke kantor wilayah dan ke kantor pusat.

Dalam tingkat tertinggi ada pemegang saham. Semua kegiatan dipimpin oleh pimpinan tertinggi yaitu direktur disetiap bagian. Kemudian kegiatan dari para direktur diawasi oleh komisaris sekaligus memberikan Amanah kepada direktur dalam memimpin bagiannya. Setelah itu setiap direktur membagi dirinya kedalam beberapa divisi yang disetiap divisi terdapat tim yang menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsinya masing-masing.

BAB IV

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan MBKM

4.1.1. Tempat Pelaksanaan MBKM

Penulis melaksanakan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) selama 6 bulan ini di Kantor Pusat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Jalan Jendral Sudirman Kav. 44-46 Jakarta. Lokasi ini cukup jauh dari domisili penulis yaitu di Kota Makassar namun tidak membuat penulis putus asa malah memberikan tantangan baru untuk penulis bisa mengenali lingkungan baru yang cukup berbeda dari kota asal penulis.

4.1.2. Waktu Pelaksanaan MBKM

Kegiatan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dilaksanakan selama 6 bulan, yaitu dimulai dari tanggal 15 September 2021 hingga tanggal 15 Maret 2022. Jadwal pelaksanaan kegiatan ini serempak dilakukan oleh seluruh peserta magang yang memilih program PMMB di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk seluruh Indonesia. Penulis sendiri mengikuti program PMMB 2021 batch pertama.

4.1.3. Jadwal Waktu MBKM

Adapun Ketentuan jam kerja magang, sebagai berikut:

Hari	Jam
Senin – Jumat	07.30 – 16.30 Wib

Pada bulan September hingga pertengahan Januari penulis melaksanakan Magang Belajar Merdeka Belajar (MBKM) di kantor (*work from office*) namun diakhir Januari penulis melaksanakan program magang di rumah (*work from home*) dengan presentase 50% dikarenakan banyaknya pegawai yang terpapar Covid-19.

4.2. Tugas Utama dan Tugas Tambahan

4.2.1. Tugas Utama

Selama melaksanakan magang, penulis diberikan beberapa tugas yang menjadi tugas utama dari penulis yaitu :

1. Membuat Podcast

Tugas utama selanjutnya yang penulis lakukan adalah berbagi cerita sekaligus pengalaman selama menjalankan magang di Kantor Pusat BRI khususnya di Divisi *Service and Contact Center* penulis dan tiga peserta magang lainnya berinisiatif membuat podcast bersama.

Sebelum melakukan rekaman, penulis berdiskusi dengan *team leader* untuk mendapatkan bayangan konten yang sesuai dengan

perusahaan. Setelah itu penulis membuat *script* dan melakukan perekaman dibantu oleh staff untuk pengoperasian perangkat podcast.

Gambar 5 berikut ini merupakan proses dalam perekaman podcast yang penulis lakukan pada saat melaksanakan kegiatan magang.



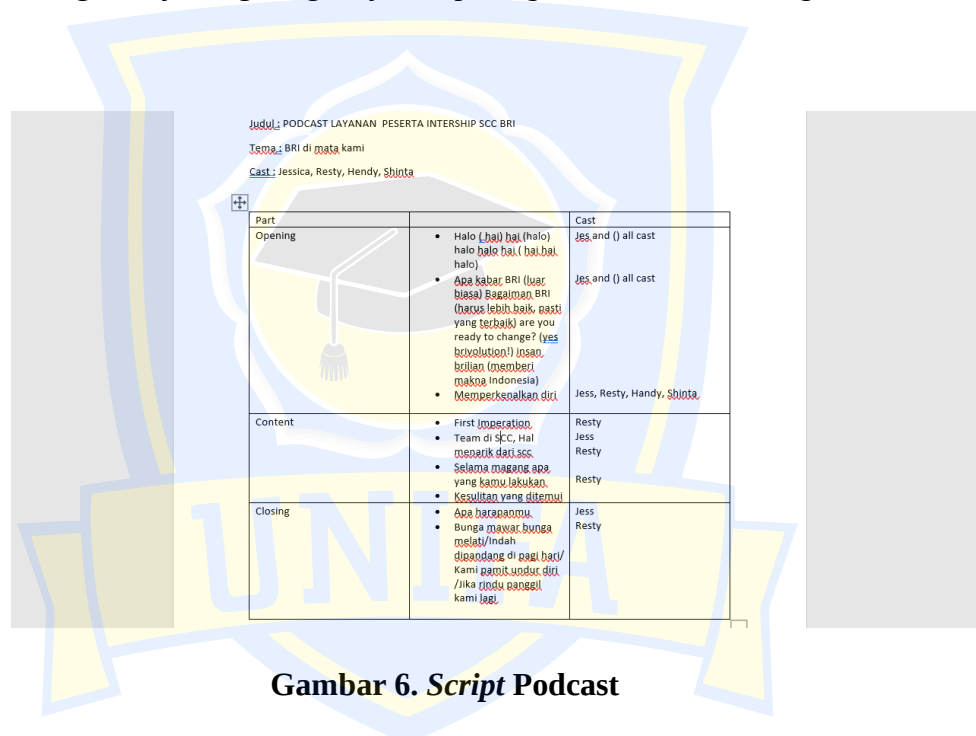
Gambar 5. Podcast

Pada podcast pertama ini, penulis bersama ketiga orang rekan magang mengangkat tema “BRI di Mata Kami”. Podcast ini kami buat dalam rangka perayaan ulang tahun BRI pada bulan Desember 2021.

Sebelum melakukan *recording*, penulis berdiskusi dengan *team leader* terkait tema apa yang akan diangkat untuk podcast kali ini. Setelah berdiskusi, penulis membuat *script* agar tidak kesulihan dalam proses perekaman video. Setelah itu penulis berdiskusi Kembali dengan *team*

leader hasil script yang penulis buat. Setelah disetujui, penulis menginformasikan rekan magang lainnya dan mengirimkan scriptnya. Setelah itu penulis dibantu oleh karyawan untuk mempersiapkan perangkat yang akan kami gunakan untuk rekaman podcast.

Gambar 6 berikut ini merupakan script yang penulis buat yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu *opening*, *content*, dan *closing*.



Part	Script	Cast
Opening	- Halo (hal) hal (halo) halo halo hal (hal hal, halo) - Apa kabar BRI (luar biasa) Bagaimana BRI (harus lebih baik, pasti yang terbaik) are you ready to change? (yes, brvolution!) insao, brilian (memberi makna Indonesia) - Memperkenalkan diri	Jess and () all cast Jess and () all cast Jess, Resty, Handy, Shinta
Content	- First Impression - Team di SCC, Hal menarik dari SCC - Selama magang ada yang kamu lakukan - Kesulitan yang ditemui	Resty Jess Resty Resty
Closing	- Apa harapannya - Bunga mayar bunga melati/indah dipandang di pagi hari/ Kami pamit undur diri /jika rindu panggil kami lagi	Jess Resty

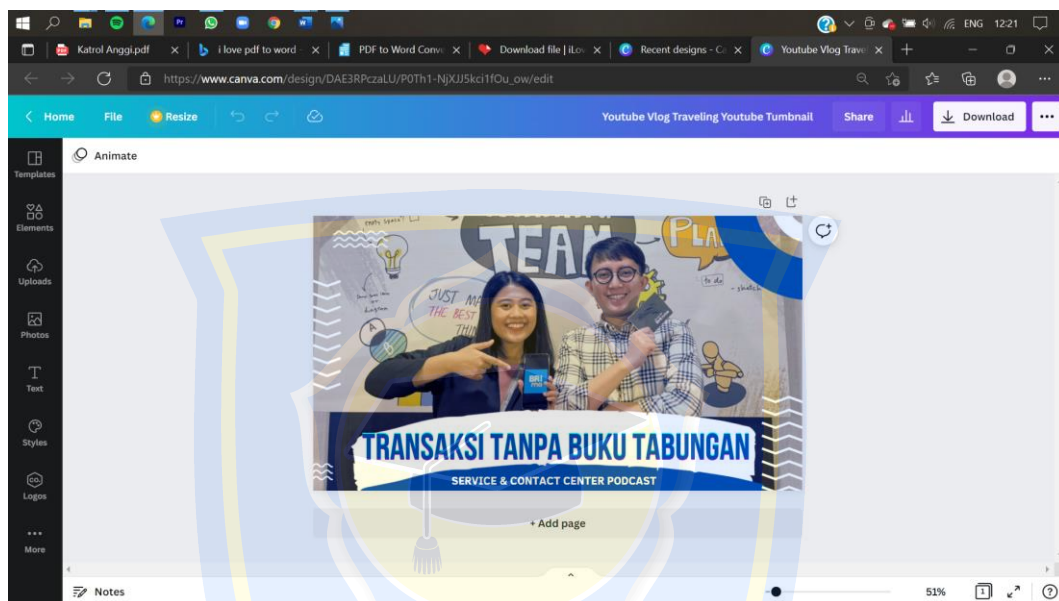
Gambar 6. Script Podcast

Untuk podcast yang kedua, yang sekaligus menjadi proyek penulis, tema yang diangkat adalah “Transaksi dengan *Opsi* dengan atau Tanpa Buku Rekening”.

Tema yang diangkat ini berasal dari kebijakan baru yang telah diatur. Dan persiapan yang dilakukan sama seperti pembuatan podcast yang pertama.

Gambar 7 berikut adalah *thumbnail* yang penulis buat untuk ditampilkan sebagai sampul pada video yang akan terlihat di Brismart. Penulis membuat desainnya dengan menggunakan Canva. Penulis memasukkan gambar yang telah

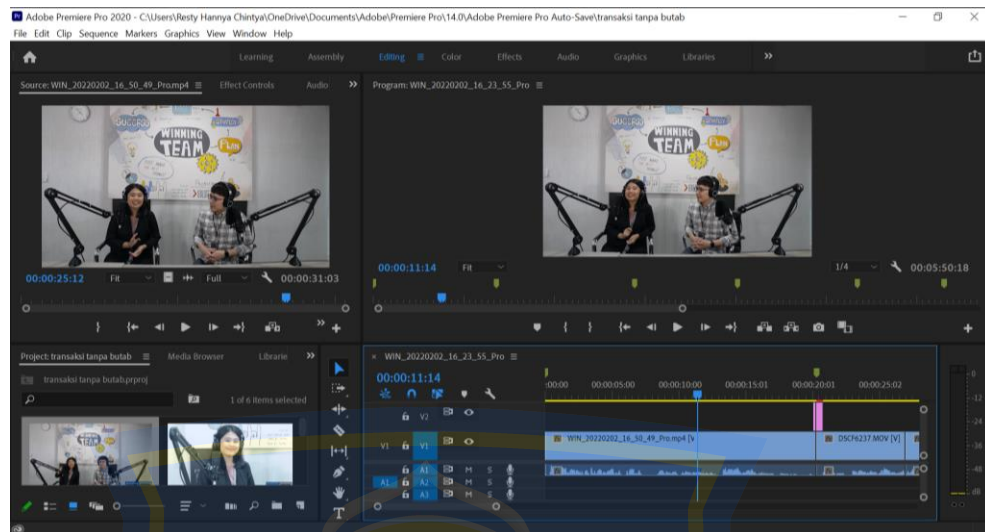
penulis pilih dan memberikan filter tambahan, kemudian menambahkan tulisan yang berisi judul dari podcast. Selanjutnya penulis menambahkan beberapa elemen untuk mempercantik desain *tumbnail*.



Gambar 7. Desain Tumbnail

Selain menentukan tema podcast serta membuat *script*, penulis juga menjadi *editor* dalam pembuatan podcast. Penulis menggunakan aplikasi Adobe Premier 2020. Namun penulis menemukan banyak hambatan dalam proses pengeditan ini karena belum terbiasa menggunakan aplikasi ini dan belum mendapatkan pelajaran *editing video* ini selama bangku perkuliahan.

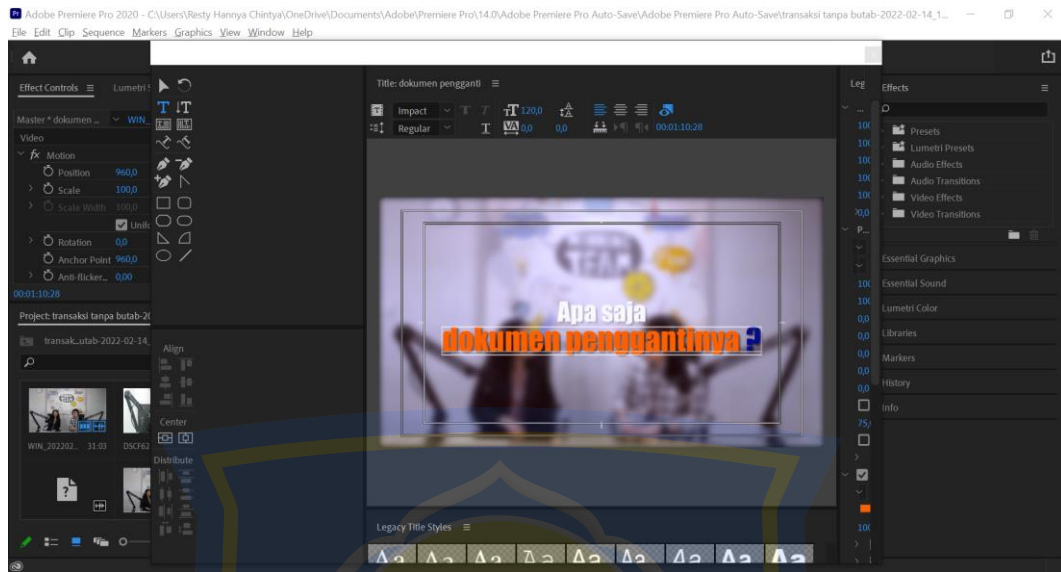
Penulis kemudian meminta bantuan dari beberapa rekan untuk diajarkan teknik dasar dalam *editing* dengan menggunakan Adobe Premier dan juga mencari beberapa referensi serta video tutorial di *youtube*.. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah memilih video yang terbaik dan memasukkannya dalam lembar kerja Adobe Premier.



Gambar 8. Editing Video Podcast

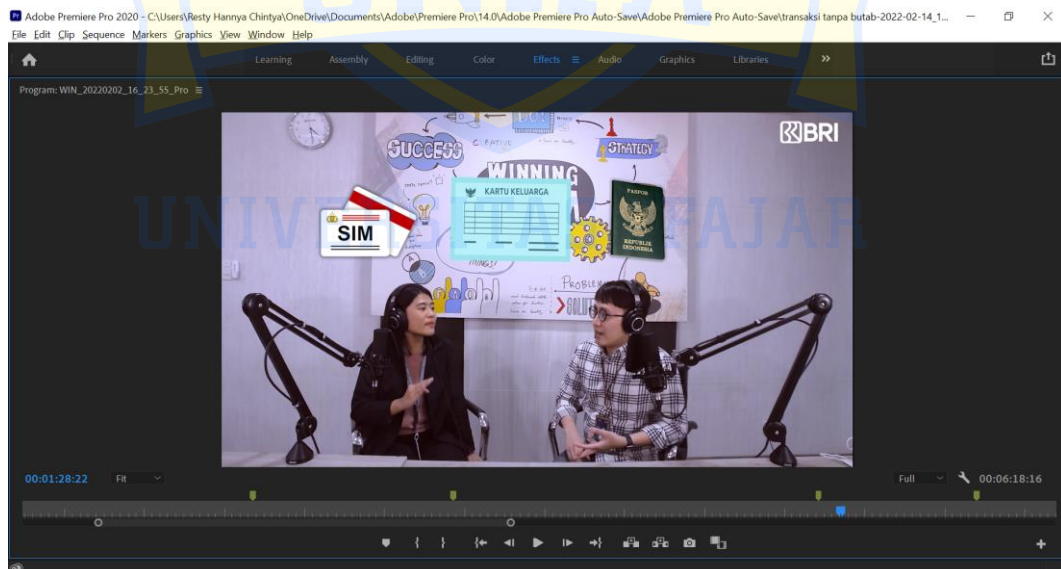
Setelah itu penulis memotong video kemudian digabungkan dengan video lainnya mengikuti alur pembicaraan dalam podcast. Bagian ini cukup menyita waktu karena penulis menggunakan dua *angel camera* yang harus dibuat menyambung dengan bagian video lainnya.

Kemudian penulis memasukkan beberapa teks dalam video, dan menentukan *effect* serta transisi yang sesuai. Teksnya berisi pertanyaan-pertanyaan seperti pada Gambar 9 pertanyaan yang penulis berikan kepada narasumber dan beberapa jawaban dari narasumber yang perlu digaris bawahi



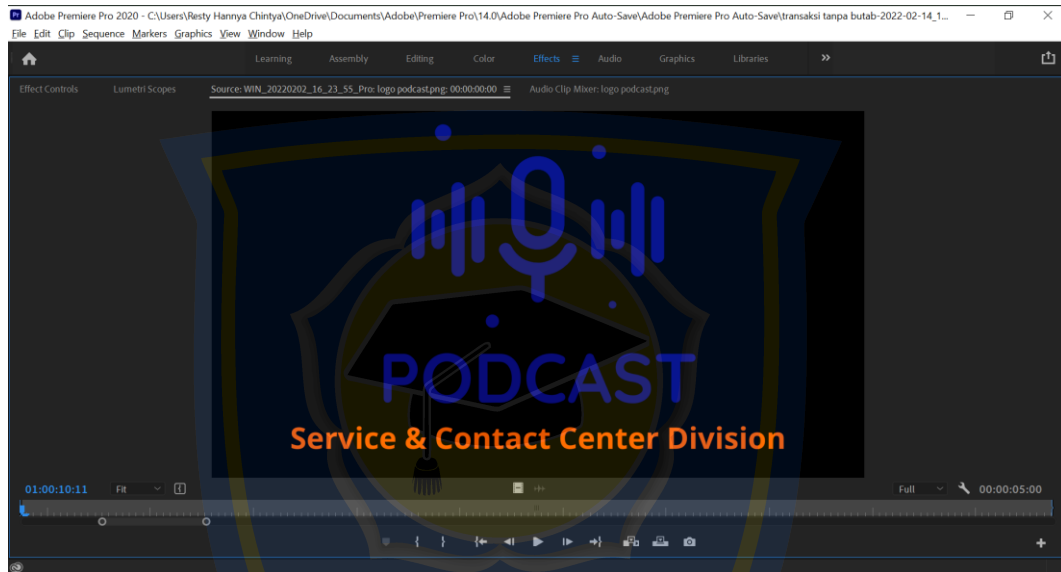
Gambar 9. Menginput Teks

Penulis kemudian memasukkan gambar di beberapa bagian video seperti pada Gambar 10 yang penulis masukkan langsung ke bagian video kemudian menentukan posisi yang sesuai dan selanjutnya mengatur ukuran foto tersebut agar tidak menutupi objek lain pada video.



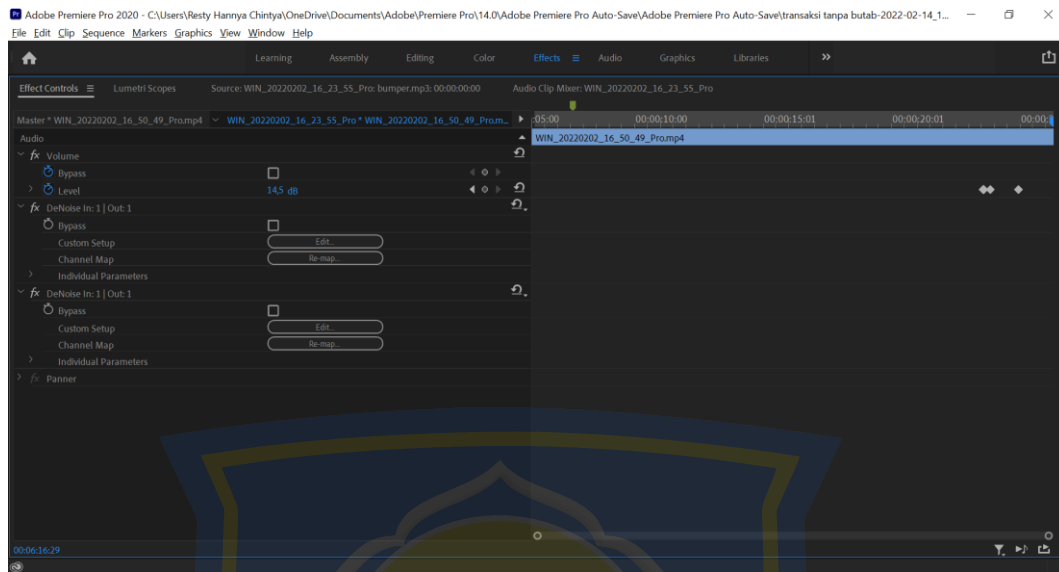
Gambar 10. Menyisipkan Gambar

Penulis kemudian membuat logo Podcast SCC untuk ditampilkan di awal dan di akhir video seperti pada Gambar 11 dimana penulis membuat lembaran kosong terlebih dahulu kemudian meletakkannya dibagian awal dan akhir kemudian memasukkan teks dan gambar yang telah penulis telah buat sebelumnya.



Gambar 11. Logo Podcast

Terakhir, penulis mengedit *audionya* agar lebih enak untuk didengar seperti pada Gambar 12 dimana penulis mengedit *audio* ini pada effect control dengan memilih audio pada lembar kerja yang ada di aplikasi ini.



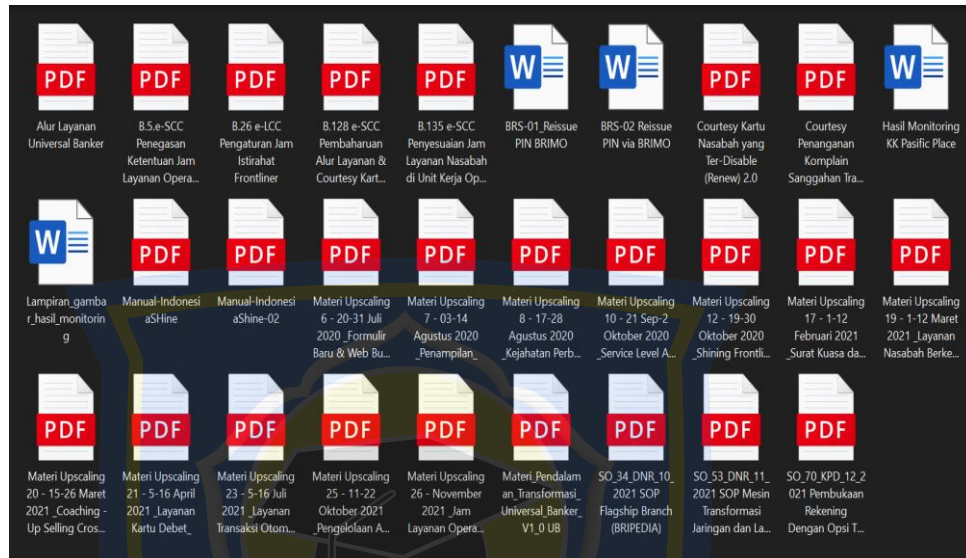
Gambar 12. Editing Audio

Adapun tujuan dibuatnya *podcast* ini adalah untuk menginformasikan kepada *frontliner* tentang kemudahan yang sudah ada, seperti apa alurnya, dokumen apa saja yang dibutuhkan, dan apa yang perlu diedukasi kepada nasabah. Sehingga diharapkan dengan adanya *podcast* ini dapat menjadi pengingat untuk *frontliner*.

2. Mempelajari dan Memahami Kebijakan Layanan

Dalam melayani setulus hati sesuai dengan *tagline* BRI, tentunya dibutuhkan dasar yang menjadi pedoman dalam melakukan pelayanan terbaik. Sebelum menentukan apa yang menjadi kebutuhan nasabah tentu ada banyak hal yang perlu diperhatikan. Selama kegiatan MBKM ini, penulis mendapatkan banyak materi yang berisi kebijakan pelayanan BRI dengan begitu, penulis dapat menambah pengetahuan yang mendalam mengenai prosedur dan kebijakan pelayanan Bank Rakyat Indonesia.

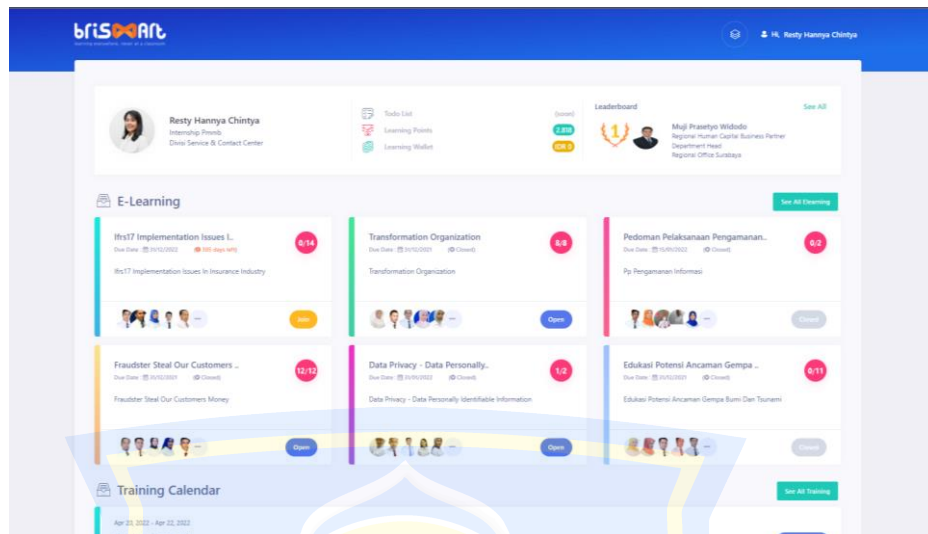
Berikut adalah beberapa file dari materi yang penulis pelajari namun tidak dapat ditampilkan pada laporan ini karena sifatnya yang rahasia.



Gambar 13. Materi Upscaling

Gambar diatas adalah materi yang penulis pelajari dan dapatkan dari pembimbing lapangan dalam bentuk dokumen pdf yang isinya tentang ketentuan layanan dan materi ini juga (materi *upscaling*) merupakan materi yang dibagikan kepada unit kerja untuk dipelajari oleh *frontliner* dan dibagikan satu materi setiap bulannya.

Sumber lain yang penulis bisa dapatkan adalah dari Brismart yang merupakan *website* internal perusahaan untuk mendukung pengembangan pengetahuan pekerja BRI dan dalam *website* tersebut berisi video pembelajaran, buku, dan sebagainya berikut tampilan dari *website* Brismart.



Gambar 14. Tampilan Brismart

Gambar diatas menjelaskan bahwa pertama penulis diberikan materi *upscaling* ataupun surat keputusan atau penulis bisa mengakses secara mandiri melalui Brismart. Jika ada istilah atau hal yang tidak dimengerti oleh penulis, penulis menanyakannya kepada pembimbing lapangan. Dan setelah penulis selesai memahami suatu materi, penulis mendiskusikan *role play* yang berisi pertanyaan diakhir materi *upscaling* yang kemudian pertanyaan-pertanyaan itu penulis diskusikan bersama pembimbing lapangan, dan untuk materi di Brismart, akan ada tes diakhir materi yang sudah dipelajari.

Adapun tujuan dari mempelajari materi kebijakan layanan adalah untuk memberikan pengetahuan kepada penulis terkait apa saja yang telah diatur dalam usaha meningkatkan kualitas layanan baik itu berupa alur layanan, syarat-syarat bertransaksi, aspek *premises*, aspek *people*, dan sebagainya.

Selain itu penulis mendapatkan hasil dari mempelajari materi kebijakan layanan yaitu penulis dapat bertindak untuk menyelesaikan persoalan yang

penulis dapatkan selama proses kegiatan MBKM. Dengan pemahaman yang penulis dapatkan dari mempelajari setiap materi, penulis dipermudah ketika menemukan masalah atau ketidaksesuaian pada saat melakukan monitoring ke unit kerja. Berdasarkan pengalaman pribadi juga, penulis mendapat banyak pertanyaan dari rekan maupun keluarga mengenai pelayanan BRI dan penulis dapat menjawab setiap pertanyaan dengan tepat.

Penulis pun telah mengetahui bahwasannya dalam perusahaan sangat penting untuk terus berkomunikasi seperti apa yang penulis pelajari pada mata kuliah *corporate communication* karena setiap bagian pada perusahaan saling berkaitan sehingga diperlukan komunikasi.

3. *Monitoring* dan Kunjungan ke Unit Kerja

Tugas utama selanjutnya yang penulis lakukan selama kegiatan MBKM yaitu melakukan monitoring ke unit kerja BRI yang ada di Jabodetabek. Monitoring ini dilaksanakan sesuai jadwal yang telah dibuat dan sesuai dengan kebutuhan. Dalam kegiatan monitoring ini, penulis bersama dengan pelaksana

atau staff dari kantor pusat divisi layanan mengunjungi Unit Kerja Operasional seperti gambar berikut.



Gambar 15. Monitoring ke Unit Kerja

Gambar diatas menjelaskan bahwa penulis melakukan pengecekan langsung ke unit kerja agar dapat memastikan apakah pelaksanaan pelayanan di lapangan dijalankan sesuai dengan prosedur kebijakan yang telah ditentukan.

Seperti misalnya hal yang perlu diperhatikan pada saat monitoring ada tiga yaitu *premises*, *proses*, dan *people*. *Premises* berfokus pada keadaan dan lingkungan dari unit kerja, seperti keadaan ruangan, keadaan gedung dan sebagainya. Sedangkan *people* berfokus pada sumberdaya manusia khususnya *frontliner* yaitu satpam, *customer service*, dan teller yang berhadapan langsung dengan nasabah.

Gambar berikut menunjukkan salah satu bentuk point penilaian pada aspek proses yang dinilai pada saat pelaksanaan kegiatan *monitoring*



Quality Assurance Tools

Aspek PROCESS

No	Kondisi - Standar	Ya	Tidak
PROSES ANTRIAN			
1	Terdapat garis antrian (line) untuk antrian berdiri berwarna biru		
2	Terdapat pemisahan antara quick service dan long service (untuk kanca atau KCP dengan lebih dari dua CS)		
3	Terdapat pemisahan antrian antara nasabah yang menggunakan e-form atau nasabah dengan jumlah setoran tertentu (Kanca atau uker lebih dari 2 teller)		
4	Terdapat mesin antrian yang berfungsi dengan baik dengan kertas antrian yang bersih dan rapi (untuk antrian yang menggunakan nomor antrian)		
DOKUMENTASI TRANSAKSI			
1	Dokumen pembukaan rekening lengkap dan sesuai dengan ketentuan		
2	Dokumen terisi dengan benar dan lengkap (data nasabah, tanda tangan, dan informasi lain)		
3	Dokumen transaksi di teller lengkap dengan pengisian yang benar sesuai ketentuan		
PERCEPATAN LAYANAN DI CS			
1	Terdapat mesin EDC UKO di CS		
2	Setoran awal pembukaan rekening diterima dan dibuku oleh CS		
3	Biaya untuk penggantian PIN diterima dan dibuku oleh CS		
PELAYANAN NASABAH UKER LAIN DI CS			
1	CS melayani penggantian buku tabungan nasabah uker lain		
2	CS melayani penggantian kartu ATM nasabah uker lain		
PENGENAAN BIAYA TRANSAKSI DI TELLER			
1	Teller mengenakan biaya transaksi sesuai ketentuan yang berlaku (biaya Tarik tunai, biaya transfer, dan lain-lain)		

Gambar 16. Checklist Aspek Proses

Maksud dari gambar diatas menjelaskan bahwa saat monitoring ada *checklist* yang menjadi patokan dalam penilaian *premises* (kondosi gedung), proses dan *people*. Penilaian *premises* dilakukan disetiap bagian unit kerja mulai dari luar gedung, *banking hall*, galeri *e-banking*, hingga toilet. Sementara untuk penilaian *people*, berpatok pada nilai-nilai SMART (Sigap, Mudah, Akurat, Ramah, Terampil). Dan aspek proses berpatok pada aspek-aspek yang menunjang proses pelayanan.

Selain itu kondisi unit kerja juga diperhatikan seperti keadaan antian dan sebagainya untuk menjadi masukan jika ada perbaikan diperlukan untuk menghadapi masalah-maslah baru yang ditemukan di unit kerja.

Diakhir monitoring, dilakukan diskusi bersama kepala unit ataupun *supervisor* untuk menyamkaikan penilaian yang telah didapatkan, ataupun memberikan masukan kepada unit kerja tersebut agar bisa mengevaluasi

kembali dan memperbaiki apa saja yang belum sesuai dengan prosedur kebijakan.

Selama melakukan monitoring, penulis diberikan tanggung jawab untuk memperhatikan *frontliner* selama melakukan tugasnya. Bagaimana mereka melayani nasabah, bagaimana penyalpilan mereka, bagaimana mereka merespon keluhan nasabah dari pengetahuan yang mereka miliki. Sebelum itu, penulis telah melihat *checklist* penilaian untuk frontliner dan mencatat jika ada kekurangan dari pelayanan yang diberikan.

Adapun tujuan dilakukannya kunjungan dan atau monitoring ini adalah untuk melihat secara langsung dilapangan keadaan unit kerja dan meninjau kembali kebijakan yang telah berlaku apakah ada perbaikan dan apakah ada temuan-temuan baru sehingga dibutuhkan kebijakan baru yang bisa mengaturnya dengan harapan berkurangnya komplain dari nasabah.

Hal yang diharapkan dari kegiatan ini adalah agar unit kerja dapat memperhatikan seluruh ketentuan layanan yang telah ditetapkan dan yang didapatkan saat menjalankan kegiatan ini adalah unit kerja terkadang masih belum sepenuhnya mengikuti ketentuan karena masih ada beberapa poin yang kurang diperhatikan atau yang menjadi kendala dari unit kerja sendiri. Dan hasil yang didapatkan setelah kegiatan ini adalah unit kerja menjadi lebih baik karena langsung melakukan perbaikan dari beberapa poin yang masih kurang saat kegiatan *monitoring* dilakukan.

Monitoring rutin dilakukan setiap bulannya namun juga disesuaikan dengan kebutuhan. Pada saat melakukan monitoring, dalam sehari bisa

mengunjungi dua unit kerja. Setelah mengikuti doa pagi, penulis mulai melakukan monitoring dari jam 9 pagi hingga jam 12 siang di unit kerja pertama dan di jam 1 siang hingga jam 4 sore di unit kerja kedua.

Dalam melakukan kegiatan ini penulis tidak mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan unit kerja yang penulis kunjungi karena saat diperkuliahan penulis sudah terbiasa dengan presentasi dan berbicara didepan umum yang penulis dapatkan dalam mata kuliah pada konsentrasi *public relations*.

4. Diskusi dan Mencari Informasi

Penulis tidak hanya mempelajari prosedur kebijakan dalam bentuk materi yang tertulis saja tapi juga melakukan diskusi bersama pendamping selama kegiatan MBKM ini. Diskusi biasa dilakukan ketika penulis telah mempelajari satu bahan materi ataupun ketika penulis memiliki pertanyaan mengenai suatu informasi baru yang penulis belum pahami. Diakhir diskusi pendamping biasanya menanyakan beberapa pertanyaan ataupun contoh kasus (*role play*) kepada penulis untuk menguji kembali pemahaman penulis atas materi yang telah dipelajari dan dibahas. Berikut contoh *role play*.

Role-play

TELLER/ UNIVERSAL BANKER FINANSIAL



- 1 Nasabah ingin melakukan penarikan di mesin ATM sebesar Rp 50.000.000,- tetapi nasabah baru mengetahui batas penarikan kartunya hanya sampai Rp 10.000.000,- saja kemudian nasabah ingin bertransaksi di Teller tapi lupa membawa dokumen kelengkapan buku tabungan. Hal apa yang dapat dibantu oleh Teller/UB Finansial?
- 2 Nasabah datang ke Teller ingin melakukan transfer untuk rekan bisnisnya sebesar Rp 20.000.000,- karena batas transfer di internet bankingnya sudah melebihi limit harian Rp 100.000.000,-. Nasabah menggunakan rekening Britama dengan kartu Black dan tidak membawa buku tabungan. Apa yang dapat dibantu dan diedukasi oleh Teller/UB kepada nasabah?

CUSTOMER SERVICE/ UNIVERSAL BANKER NON-FINANSIAL



- 1 Nasabah datang ingin melakukan pembukaan rekening tetapi nasabah tidak menggunakan *smartphone* dan belum mengerti menggunakannya. Nasabah ingin agar dia bisa mendapatkan pemberitahuan pada fasilitas sms di handphonenya jika ada transaksi yang terjadi di rekeningnya. Apakah nasabah sebaiknya ditawarkan pembukaan rekening tanpa buku tabung? Hal apa yang dapat diedukasi kepada nasabah?
- 2 Nasabah datang ke unit kerja ingin menerbitkan kembali kartu debitnya karena hilang, namun sesampainya di unit kerja nasabah lupa membawa dokumen kelengkapan buku tabungan. Hal apa yang dapat dibantu dan diedukasi oleh CS/UB kepada nasabah?

SATPAM/ GUEST MANAGER



- 1 Nasabah datang ke unit kerja ingin melakukan pembukaan rekening, namun kondisi antrean di CS/UB Non-Finansial cukup ramai. Nasabah adalah seorang mahasiswa yang aktif menggunakan *smartphone (digital savvy)*. Hal apa yang dapat diarahkan dan diedukasi oleh Satpam/Guest Manager kepada nasabah?
- 2 Nasabah datang ke unit kerja karena kartunya tertelan di mesin ATM dan nasabah terkesan buru-buru karena sangat butuh uang *cash*. Nasabah tidak membawa dokumen kelengkapan buku tabungan karena tidak mengunda kejadian tersebut. Hal apa yang bisa diarahkan oleh Satpam/Guest Manager kepada nasabah?

Gambar 17. Role Play

Selain mencari pembelajaran baru melalui materi-materi yang diberikan, penulis juga mencari sendiri informasi-informasi terbaru yang berkaitan dengan kebijakan layanan BRI melalui sosial media dan kembali mendiskusikannya bersama pendamping.

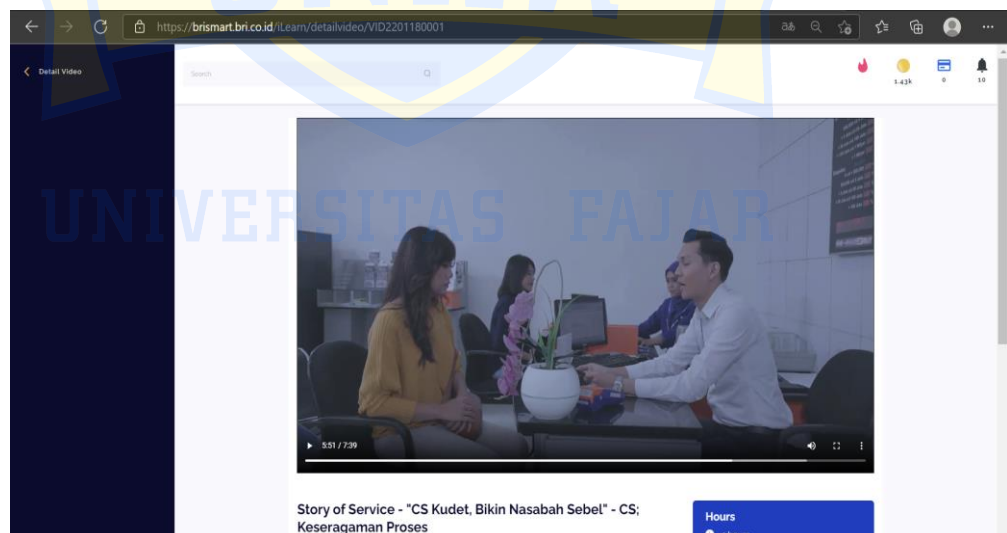
Dengan melakukan diskusi sesering mungkin, penulis dapat memahami lebih dalam setiap contoh kasus yang penulis belum dapatkan sebelumnya. Penulis juga lebih mudah mendapatkan jawaban dari setiap pertanyaan yang belum penulis mengerti serta penulis lebih mudah mengungkapkan pendapat.

Adapun tujuan dari dilakukannya diskusi adalah untuk menjawab setiap pertanyaan yang belum dipahami oleh penulis, untuk mengetahui

keterkaitan suatu materi dengan materi lainnya, serta untuk menambah pengetahuan penulis.

5. Video Edukasi Layanan

Selanjutnya tugas utama yang penulis lakukan adalah penulis dilibatkan dalam pembuatan video edukasi layanan BRI memiliki *website* khusus yang hanya bisa diakses oleh pekerja BRI saja, yaitu Brismart. Brismart merupakan *website* belajar yang berisi materi-materi pembelajaran, video-video pembelajaran atau video edukasi, dan buku-buku. Produksi video edukasi ini dibuat oleh BRI Corporate University bersama dengan Divisi *Service and Contact Center* yang kemudian di unggah ke dalam Brismart seperti pada Gambar berikut ini :



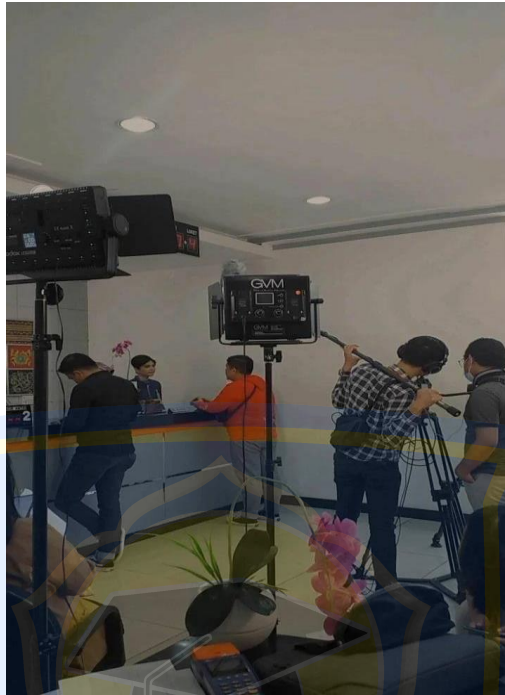
Gambar 18. Video Edukasi di Brismart

Gambar diatas menjelaskan bahwa Proses *shooting* dilakukan selama sehari untuk perekaman tiga video dengan tema “Ketidakseragaman”. Dalam setiap video masing-masing membahas salah satu *frontliner* yaitu satpam, *customer service*, dan *teller*. Penulis sendiri berperan sebagai nasabah *coustumer service*.

Video layanan ini bercerita tentang kejadian-kejadian yang pernah terjadi di unit kerja. Untuk penulisan naskah ceritanya telah dibuat oleh Corpu dan kami hanya mengikuti alur ceritanya saja. Begitupun dengan orang-orang yang ada dibelakang laying adalah orang-orang dari Corpu.

Proses *shooting* berlangsung selama kurang lebih 10 jam dari jam Sembilan pagi hingga jam delapan malam. Dan durasi dari ketiga video yang dihasilkan, setiap video berdurasi kurang lebih 5 – 6 menit. Dan dalam proses *shotting* di *scene* yang penulis dapatkan sempat diulang sekitar lebih dari lima kali.

Pembuatan video layanan ini melibatkan banyak *crew* seperti Gambar 19 dibawah ini mulai dari *talent*, *videographer*, sutradara, dan lainnya.



Gambar 19. Situasi Shooting

Gambar diatas merupakan suasana *shooting* saat pembuatan video ketidakseragaman Teller

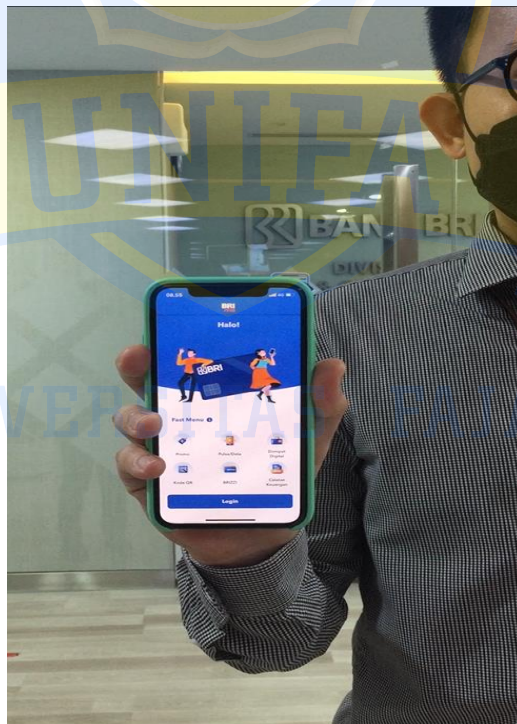


Gambar 20. All Crew

Gambar diatas merupakan *All Crew* yang terlibat dalam pembuatan video layanan, gambar ini diambil disaat selesainya proses *shooting*.

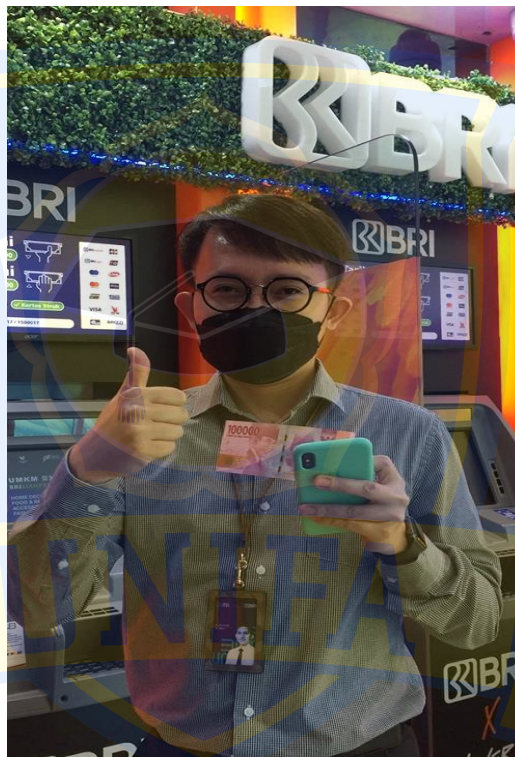
Adapun tujuan dari pembuatan video layanan ini adalah untuk menjadi acuan bagi *frontliner* dan unit kerja untuk memberikan pelayanan terbaik mereka kepada nasabah agar tidak terjadi hal buruk seperti yang diceritakan di dalam video ini.

Selain terlibat dalam pembuatan video tersebut, penulis juga mebantu pembuatan video edukasi lainnya mulai dari pengambilan video seperti pada Gambar dibawah ini hingga proses editing dilakukan penulis dengan didampingi oleh pendamping.



Gambar 21. Take Video di Gedung BRI 1

Pengambilan gambarnya sendiri ada di dua lokasi yaitu di dalam dan di area gedung BRI 1 Jalan Jendral Sudirman Kav. 44-46 pada Gambar 21 dan juga di *gallery* ATM yang ada dilokasi yang sama pada Gambar 22.

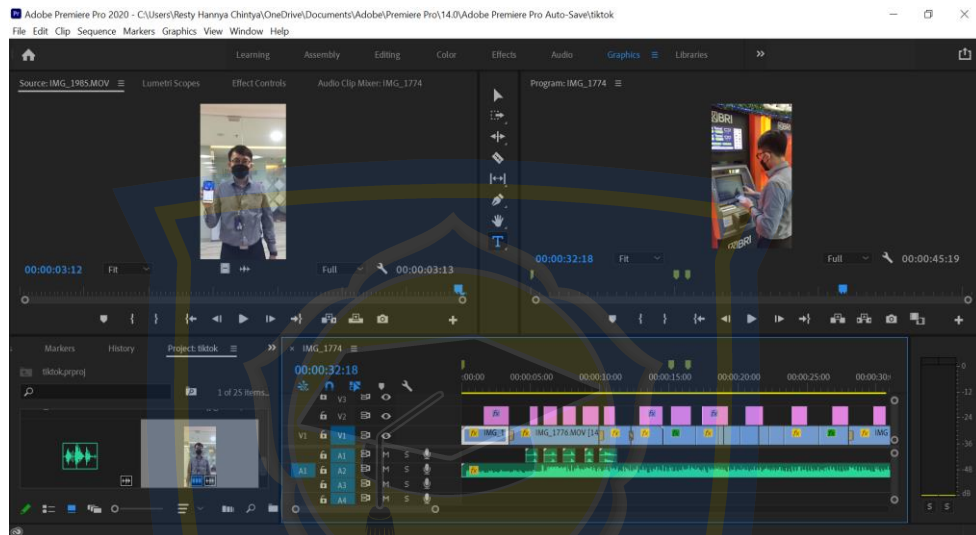


Gambar 22. Take Video di Gallery ATM

Tidak hanya sebagai *videographer*, penulis juga menjadi editor dalam pembuatan video ini. Dan penulis menggunakan aplikasi Adobe Premier dalam *editingnya* seperti pada Gambar 23. Adapun langkah-langkah yang dilakukan penulis selama proses editing sebagai berikut :

- a. Memilih video terbaik dan menggabungkannya dengan video lainnya. Penulis menggabungkan video dengan cara memasukkan video yang telah penulis pilih

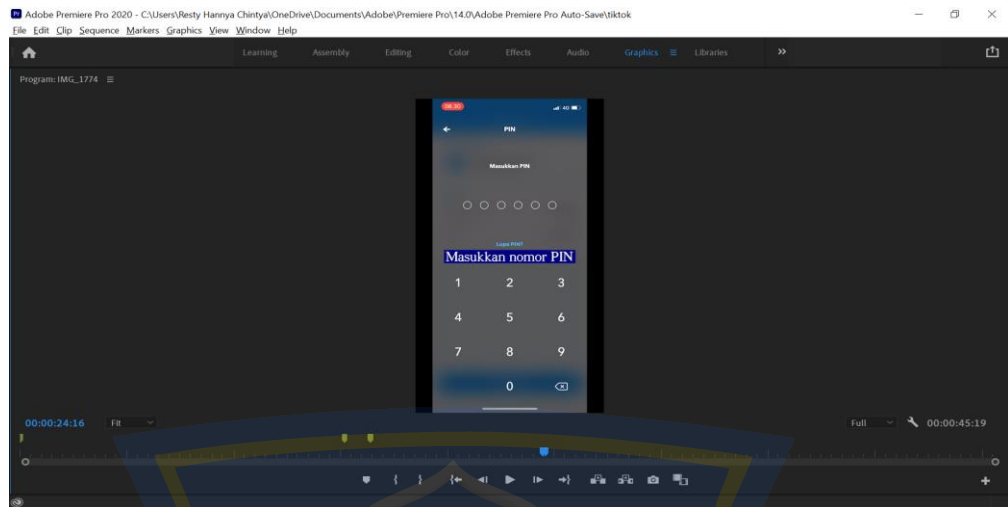
dan kemudian menyatuhkannya pada lembar kerja dan secara otomatis video pertama akan berlanjut ke video kedua dan begitu seterusnya seperti pada gambar dibawah :.



Gambar 23. Proses *Editing* Penggabungan Video

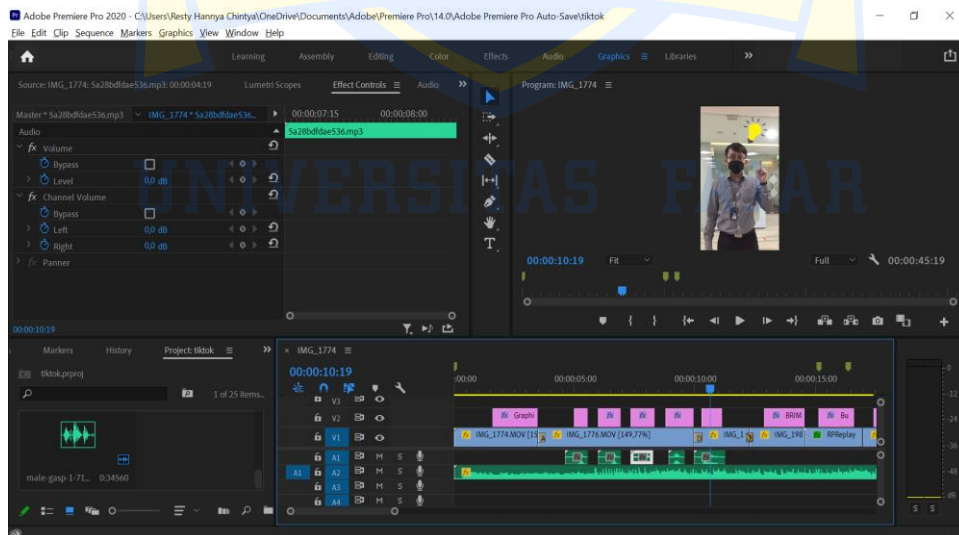
- b. Setelah itu penulis memasukan beberapa teks dan juga gambar seperti pada Gambar 24. Penulis langsung mengetik lembar kerja bagian atas sebelah kanan dan selanjutnya mengetik teks yang sesuai tahapan pada video.

UNIVERSITAS FAJAR



Gambar 24. Proses *Editing* Menambahkan Teks

- c. Dan terakhir, penulis menambahkan efek suara seperti pada Gambar 25. Penulis memasukkan efek suara dengan menyisipkan efek suara yang sudah penulis *download* sebelumnya pada lembar kerja dibagian kanan bawah kemudian mengatur posisinya sesuai dengan Gerakan pada video.



Gambar 25. Proses *Editing* Penambahan Audio

Isi dalam video inipun sesuai dengan kebijakan yang ada, bagaimana tahapan yang perlu dilakukan untuk bertransaksi tanpa kartu debit, dan apa saja persyaratannya. Video tersebut di unggah ke sosial media dan bertujuan untuk memberikan edukasi tentang penarikan tunai di ATM BRI tanpa kartu.

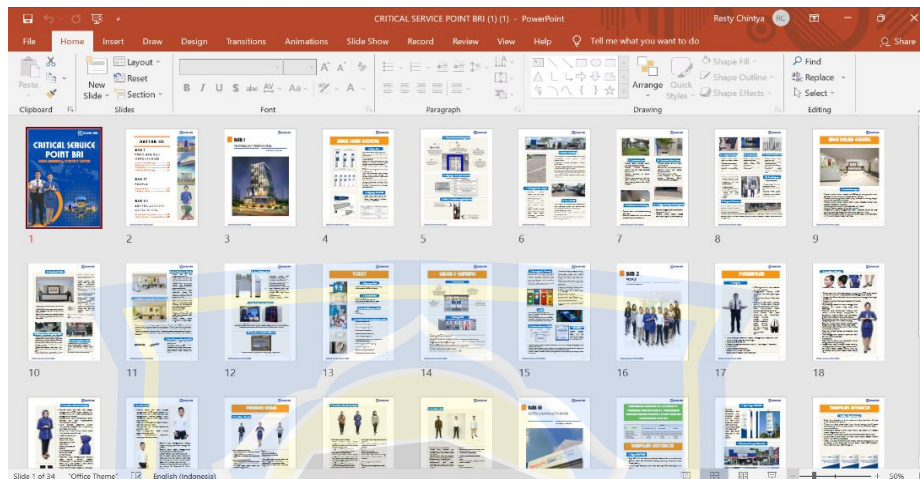
Dengan adanya video edukasi ini diharapkan dapat menyegarkan kembali ingatan *frontliner* terkait pelayanan yang ada serta sebagai pengingat untuk bisa terus konsisten dan professional dalam memberikan pelayanan terbaik. Adapun hasil yang didapatkan adalah video ini telah ditonton oleh lebih dari ratusan pekerja.

6. Mendesain *Critical Service Point* BRI, spanduk, dan nomor *contact center*

Tugas utama berikutnya yang dilakukan adalah mengkomunikasikan prosedur kebijakan tujuannya tentu agar bisa diikuti oleh semua pihak. Kebijakan tidak melulu dalam bentuk tulisan yang panjang dan kaku. Agar lebih mudah dipahami dan lebih enak untuk dibaca, tim Service Quality Policy membuat log book yang berjudul “*Critical Service Point* BRI” dalam tampilan yang lebih menarik.

Penulis diberikan tugas untuk membuat desain tersebut dengan menggunakan Power Point. Pada awalnya penulis membuat desain tersebut menggunakan kertas landscape yang kemudian membuat Kembali dengan ukuran A4. Ada sebanyak 34

halaman yang berisikan tiga bab yaitu : premises, people dan sentra layanan yang ada di Bank BRI seperti pada Gambar 26 berikut.



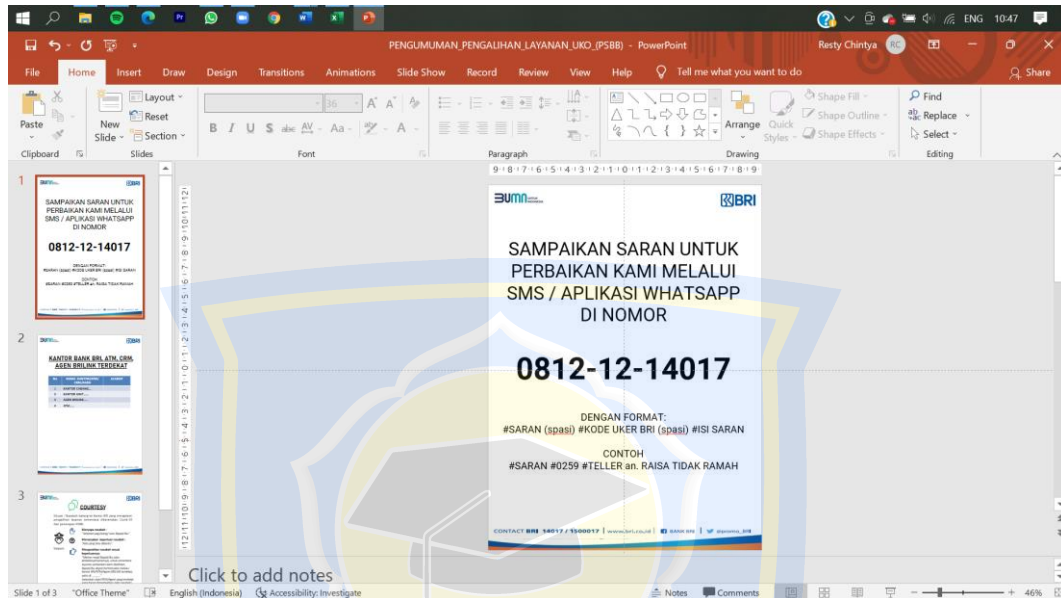
Gambar 26. Desain Log Book

Gambar diatas menjelaskan bahwa saat proses pembuatan ini memakan waktu yang cukup panjang karena adanya perubahan data dengan penambahan ataupun pengurangan data serta revisi dari pendamping. Namun penulis juga mendapatkan banyak pembelajaran baru dengan menggunakan berbagai aplikasi pendukung untuk mendesain dan menambah kreativitas penulis.

Adapun tujuan dibuatnya *Critical Service Point BRI* ini yaitu untuk bisa dibagikan ke unit kerja agar dipelajari setiap karyawan terkait kebijakan layanan yang telah diatut. Namun agar lebih menarik, dibuatlah *Critical Service Point BRI* dengan desain yang menarik seperti ini.

Penulis juga membuat desain untuk pengumuman kontak yang bisa dihunungi untuk menyampaikan masukan. Tulisan yang berisi pengumuman ini kemudian akan di simpan di unit kerja untuk menginformasikan kepada nasabah

kontak yang dapat mereka hubungi. Pada pembuatan ini, penulis telah diberikan format desainnya, maka penulis hanya menambahkan tulisan dalam desainnya.

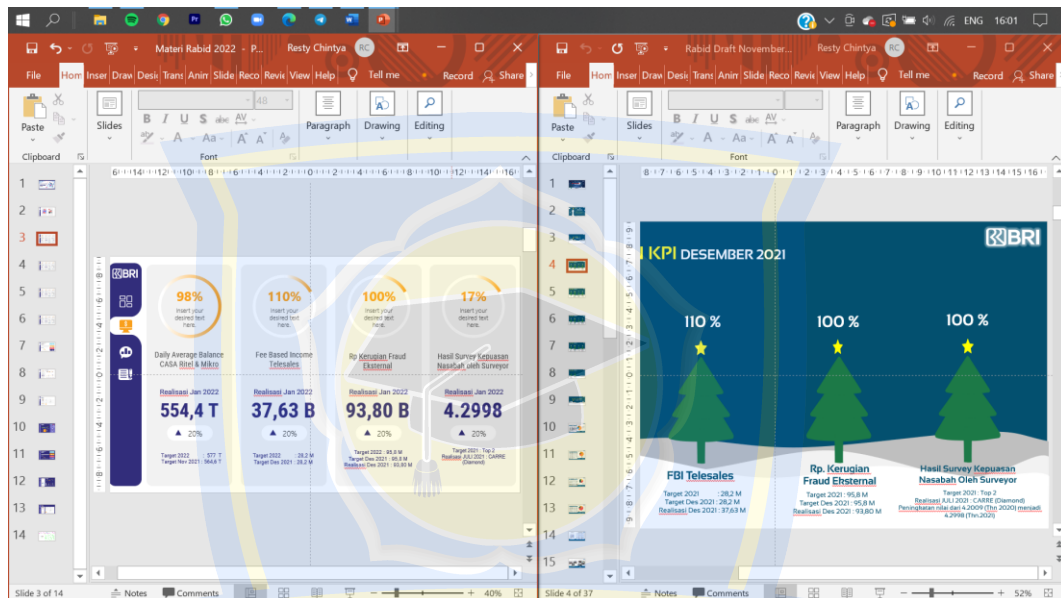


Gambar 27. Desain Kontak Saran

Penulis juga membantu dalam pembuatan Power Point yang berisi pencapaian Kinerja Divisi. Penulis telah dikirimkan isi pelaporan kinerjanya dalam bentuk Power Point dan juga penulis dikirimkan desain Power Point terbaru yang akan menggantikan desain sebelumnya. Jadi penulis mengubah atau mengupdate

isinya kedalam Power Point dengan desain terbaru sesuai dengan yang diarahkan oleh pembimbing lapangan.

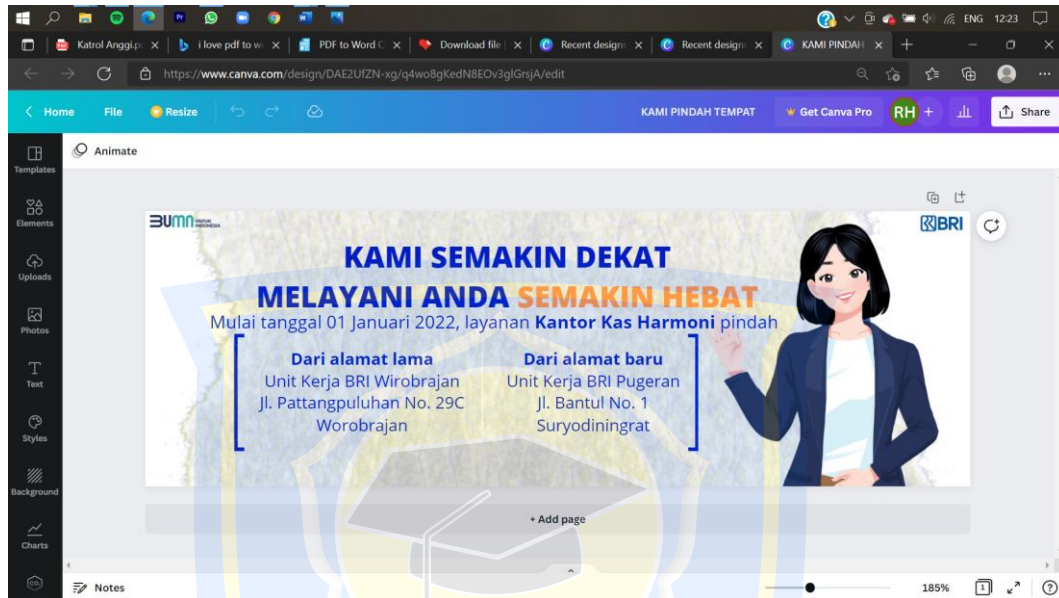
Gambar 28 berikut merupakan desain dari Power Point Pencapaian Kinerja Divisi.



Gambar 28. Desain Pencapaian Kinerja

Penulis juga diminta untuk membuat desain spantuk yang berisi pengumuman beberapa unit kerja yang telah pindah lokasi. Penulis membuat desainnya dengan menggunakan Canva. Pertama, penulis menentukan ukuran yang sesuai, selanjutnya penulis memasukkan gambar *tape* untuk efek sekaligus sebagai *background*. Kemudian penulis menambahkan gambar Sabrina sebagai karakter dari BRI dan teraktir memasukkan logo BUMN, BRI dan tulisan berisi informasi

unit kerja yang pindah lokasi. Gambar 29 berikut adalah desain spanduk yang penulis buat.



Gambar 29. Desain Spanduk

Adapun hal yang diharapkan dalam pembuatan desain-desain ini kiranya dapat memberikan informasi yang jelas kepada pekerja maupun kepada nasabah.

4.2.2 Tugas Tambahan

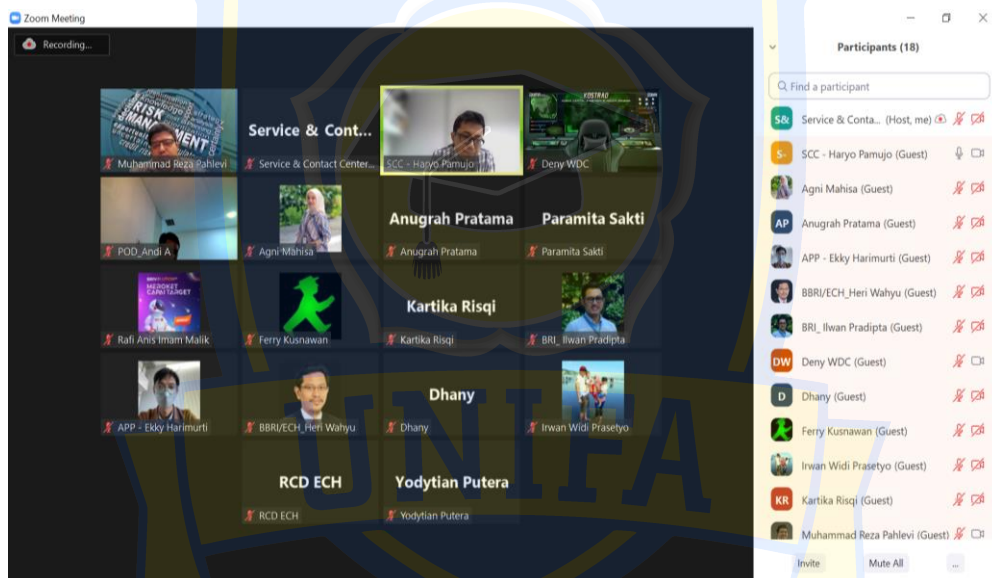
Selain diberikan tugas utama, penulis juga diberikan tugas tambah selama mengikuti program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) sebagai berikut :

1. Mengikuti *Meeting* atau Rapat

Untuk menentukan suatu keputusan, perlu diadakan pertemuan untuk membahas kesepakatan yang akan diambil. Keterkaian antara satu bagian dari

sebuah perusahaanpun menjadi alasan dilakukannya suatu pertemuan atau meeting karena setiap bidang memiliki tugas masing-masing.

Namun dalam situasi pandemic Covid-19 saat ini, hamper semua meeting dilakukan secara virtual menggunakan aplikasi Zoom seperti pada gambar dibawah. Pada beberapa meeting, penulis dipercayakan untuk menjadi host. Bertugas untuk membukan dan mengakhiri meeting serta membagikan materi rapat kepada peserta rapat.



Gambar 30. Meeting

Adapun tujuan diadakannya rapat adalah untuk mencari solusi dari masalah yang ada. Mendiskusikan tentang apa saja yang perlu dibahas untuk memberikan pelayanan yang selalu baik.

2. Webinar

Penyampaian informasi sebanyak orang dan terbilang efektif adalah melalui webinar. Pelaksanaan webinar yang dimulai dengan pemaparan materi oleh pemateri seperti pada gambar dibawah dan kemudian pada akhir webinar terjadi komunikasi dua arah melalui kesempatan yang diberikan kepada peserta webinar untuk memberikan pertanyaan kepada pemateri.



Gambar 31. Webinar untuk *Frontliner*

Penulis tidak hanya mengikuti webinar dan berperan sebagai peserta. Namun penulis juga diberi kesempatan pada webinar Grooming untuk menjadi panitia dalam kegiatan webinar ini.

Pembahasan webinar yang berfokus pada penampilan untuk *Frontliner* khususnya *Customer Service* dan teller baik laki-laki maupun

perempuan. Penulis mempersiapkan pakaian pribadi yang bertema formal dan *casual* untuk menjadi referensi pemilihan pakaian kerja yang terbaik. Penulis juga bertugas untuk mengumpulkan dan menata pakaian yang telah diseleksi yang dirasa layak untuk ditampilkan untuk kegiatan webinar ini.

Melalui kegiatan webinar, penulis mendapatkan banyak pengetahuan baru yang berkaitan dengan perbankan, dan penulis juga menjadi tahu seperti apa dibalik layar suatu kegiatan webinar bisa berjalan. Terlebih pengurus dapat melakukan praktek langsung setelah sebelumnya mempelajari materi *grooming*.

Adapun tujuan diladakannya webinar ini adalah untuk menginformasikan seperti apa kebijakan yang mengatur penampilan *frontliner*, apa saja yang bisa digunakan dan yang tidak bisa digunakan dalam melaksanakan tugas sebagai *frontliner*. Selain itu bisa menjadi referensi dalam berpenampilan, seperti apa pakaian yang serasi yang bisa dikenakan.

3. *Fitting Kain*

Dalam upaya memberikan layanan yang terbaik, penampilan merupakan salah satu hal yang penting. Dengan adanya keberagaman, pekerja BRI terlihat lebih profesional dengan menggunakan Uniform kebanggaan BRI yang sekaligus menjadi wajah bagi BRI.

BRI bekerjasama dengan salah satu vendor untuk rencana pengadaan kain seragam baru *frontliner*. Penulis mengikuti fitting kain

yang kedua dan ketiga. Pada fitting kain pertama, hamper semua jenis kain yang disediakan oleh vendor tidak sesuai ukuran yang telah disepakati. Pada fitting yang kedua kalinya pun masih ada beberapa jenis kain yang ukurannya kurang dari hasil kesepakatan. Dan akhirnya pertemuan yang ketiga vendor telah mampu menyediakan semua jenis kain sesuai dengan ukuran yang telah disepakati.

Adapun dilakukannya kegiatan ini untuk melihat barang yang telah disediakan oleh vendor yaitu kain seragam untuk *frontliner* apakah sudah sesuai dengan pesanan yang diminta. Jadi dilakukanlah pengukuran kain untuk setiap jenis kain dan diukur disetiap sisinya.

4. Menelpon Uker Terjauh

Salah satu upaya memperbaiki pelayanan BRI, Divisi Service and Contac Center rutin melakukan komunikasi dengan unit kerja BRI baik dari kantor cabang, kantor cabang pembantu, hingga kantor unit seperti yang penulis lakukan pada Gambar berikut ini

UNIVERSITAS FAJAR



Gambar 32. Menelpon Unit Kerja

Penulis menghubungi salah satu unit kerja yaitu KCP Paringin dan Unit Garung kemudian menanyakan apa yang menjadi kendala dari uker tersebut. Setelah mengetahui kendalanya, penulis lalu dibantu oleh salah satu pekerja untuk melaporkan kendala tersebut yang banyak menuai *complain* dari nasabah yang kemudian kendala tersebut dibuatkan laporan ke bagian yang terkait. Dihari berikutnya, penulis melaporkan hasil menelpon uker terjauh tersebut dalam doa pagi.

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk bisa mengetahui apa saja yang menjadi kendala di unit kerja seta membantu mengatasi kendala yang ada di unit kerja terjauh yang biasanya sulit untuk di jangkau.

Penulis menyadari pentingnya terus mengontrol unit kerja karena harus terus menjaga hubungan baik dengan para pelanggan. Dalam mata kuliah *Customer and Employee Relations* penulis telah mengetahui betapa

pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan yaitu karena perusahaan bergantung pada pelanggan.

5. *Mystery Shopping*

Dalam menjalankan bisnis, tentu selalu menemukan kompetitor. Dan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kita, terkadang perlu juga mempelajari sistem yang ada di perusahaan kompetitor.

Penulis diberikan tugas sebagai *mystery shopper* di dua bank kompetitor yaitu BNI dan Bank Commonwealth. Peran yang penulis mainkan adalah sebagai nasabah yang ingin melakukan transaksi stor tunai dan juga sebagai nasabah yang ingin membuka rekening baru.

Dalam melakukan *mystery shopping* ini, penulis diminta mengambil dokumentasi berupa foto seperti pada Gambar dibawah ini dan juga beberapa rekaman suara.



Gambar 33. Kondisi *Banking Hall*

Adapaun tujuan diadakannya kegiatan ini, adalah untuk bisa mendapatkan informasi apa saja keunggulan dan kekurangan bank kompetitor. Selain itu bisa mengetahui alur layanan, syarat bertransaksi, dan kondisi unit kerjanya.

Hasil yang diharapkan adalah dapat mengetahui sistem pelayanan bank kompetitor dan diakhirnya penulis berhasil mendapatkan apa yang diharapkan yaitu waktu pelayanan, sistem pelayanan, serta beberapa dokumentasi.

Dalam menjalankan kegiatan ini, penulis banyak terbantu dengan pelajaran psikologi komunikasi yang telah penulis dapatkan di perkuliahan karena penulis jadi lebih mengerti setiap gerak-gerik yang ditampilkan oleh pekerja bank kompetitor. Penulis pun jadi bisa bersikap lebih tenang agar tidak dicurigai.

6. Mengunduh Surat Lampiran

BRI memiliki website sendiri yang hanya dapat diakses oleh pekerjanya, fungsi dari website tersebut adalah untuk saling mengirim surat. Penulis diminta untuk melakukan pengarsipan dengan mengunduh surat lampiran pada surat-surat rapat yang ditujukan kepada tim SQP.

Dengan melakukan pengarsipan, diharapkan dapat mempelajari kembali kebijakan yang telah dibuat beberapa bulan belakangan sehingga dapat diketahui apakah masih relevan dengan kondisi sekarang.

4.3 Masalah dan Solusi Selama MBKM

4.3.1 Masalah

Selama Kuliah magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka berlangsung terdapat masalah atau kendala yang dialami penulis, yaitu:

1. Penulis kesulitan saat menjadi *mystery shopper* karena penulis merasa kesulitan untuk melakukan transaksi sambil menghitung waktu setiap kegiatan transaksi serta penulis kesulitan dalam mengambil dokumentasi karena takut dicurigai oleh pekerja bank kompetitor.
2. Kurangnya pemahaman penulis mengenai standar dalam pembuatan *Log Book* sehingga penulis mendapat banyak revisi dari pembimbing lapangan MBKM.
3. Kurangnya pengetahuan penulis dalam mengoperasikan perangkat podcast.

4.3.2 Solusi

1. Sebelum menjadi *mystery shopper* penulis berdiskusi dengan staff apa saja bukti yang diperlukan dan apa yang harus penulis lakukan. Dan saat melaksanakan kegiatan ini, penulis memperhatikan kondisi sekeliling sebelum mengambil dokumentasi dan penulis berusaha tampil tenang serta bersikap normal saat melakukan transaksi.
2. Berkordinasi dengan pembimbing lapangan MBKM untuk bisa mengetahui apa saja yang kurang dari *desain* yang telah penulis buat dan untuk mengetahui seperti apa *desain* yang sesuai dengan standar perusahaan.
3. Penulis meminta kepada pekerja untuk membantu sekaligus mengajarkan cara pengoperasian perangkat podcast agar selanjutnya penulis dapat menggunakan setiap peralatan secara mandiri.

4.3.3 Temuan di Tempat MBKM

Banyak pengalaman dan hal baru yang penulis temukan selama magang di Kantor Pusat BRI. Penulis menyadari pentingnya kebijakan dalam sebuah perusahaan sebagai pedoman dalam melakukan tugas untuk melayani nasabah. Adapun temuan-temuan yang penulis dapatkan yaitu :

1. Terlibat dalam kegiatan *monitoring* dan *mystery shopping*. Sebelumnya belum pernah didapatkan selama pembelajaran di kampus.
2. Terlibat dalam proses *shooting* video layanan dan *webinar* yang disiarkan secara langsung dimana keduanya menggunakan perlengkapan yang banyak dan handal serta melibatkan *crew* yang lengkap.

3. Untuk pertama kalinya melakukan telepon ke unit kerja untuk pengecekan kondisi sektor layanan di unit kerja.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah mengikuti program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka selama kurang lebih enam bulan penulis mendapat banyak pengalaman yang memberikan manfaat. Oleh karena itu penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Tugas utama dari tim *Service Quality Policy* adalah mengelola kegiatan penyusunan dan penyempurnaan kebijakan terkait pengendalian mutu layanan seperti halnya pengecekan kembali alur layanan apakah masih relevan dengan kondisi saat ini dimana penulis terlibat dalam proses pengarsipan dokumen yang mengatur alur layanan.
2. Selain itu tugas dari tim *Service Quality Policy* adalah pembinaan kualitas layanan seperti pembelajaran kebijakan terbaru dalam bentuk materi *Upscaling* yang juga menjadi tugas utama penulis yaitu mempelajari bentuk kebijakan yang telah diatur. Selain itu melakukan pembinaan yang dilakukan dalam bentuk *podcas* yang juga menjadi *project* penulis saat melakukan kegiatan magang ini, selain itu pembinaan juga dilakukan dalam bentuk *webinar* dimana penulis juga terlibat dalam pelaksanaannya.

3. Pengelolaan kebijakan juga dilakukan dengan terus berkordinasi dengan tim lain atau bagian lainnya seperti misalnya komunikasi dengan tim SIA terkait keadaan dilapangan. Penulis juga terlibat dalam kegiatan ini yaitu tugas utama yang penulis lakukan untuk mengunjungi unit kerja dan melakukan *monitoring* serta menghubungi unit kerja terjauh.

Jadi dapat disimpulkan, semua aktivitas Tim *Service Quality Policy* berfokus pada pemenuhan kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik melalui sumberdaya manusia (*frontliner*) yang profesional, proses yang mudah, serta sarana prasarana yang turut mendukung kegiatan pelayanan. Dalam tugas utama membuat kebijakan pun, tidak disusun secara asal namun dengan banyak pertimbangan dan komunikasi dengan bagian-bagian yang terkait. Selanjutnya menyalurkan informasi berisi kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dan yang berlaku kepada seluruh pekerja. Dan tentu terus mengawasi kegiatan pelayanan berdasarkan kebijakan yang dibuat dan dilakukan evaluasi secara rutin.

Penulis menyadari dengan mengikuti program magang MBKM ini dapat membantu untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan yang sudah didapatkan di bangku kuliah. Sehingga kedepannya jika memasuki dunia kerja penulis sudah memiliki bekal, sehingga menjadi lebih optimis.

5.2 Saran

Berdasarkan laporan dan hasil pengamatan penulis selama mengikuti program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, maka penulis memiliki beberapa saran yaitu:

5.2.1 Saran untuk Universitas Fajar

Adapun saran dari penulis untuk Universitas Fajar adalah untuk menambahkan *mystery shopper* sebagai materi pembelajaran karena penulis mendapat kendala saat melaksanakan tugas selama kegiatan magang dan materi ini pun penting karena pembelajaran seperti ini masih digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan tugasnya.

5.2.2 Saran untuk Perusahaan

Mengoptimalkan penggunaan ruang podcast dalam pembuatan video podcast yang dapat mengedukasi. Karena saat melaksanakan kegiatan magang penulis melihat sangat jarang dilakukan produksi podcast. Kiranya kedepannya dapat melakukan produksi podcast yang produktif sehingga pekerja mendapatkan hiburan sekaligus dapat mengedukasi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Atmojo, S.S. (Ed). (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Media SainsIndonesia. Retrieved Januari 22, 2022 from

[https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar Ilmu Komunikasi/I1FEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ilmu+komunikasi&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ilmu_Komunikasi/I1FEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ilmu+komunikasi&printsec=frontcover)

Febriana, N.I. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung). Retrieved Januari 24, 2022 from

<https://media.neliti.com/media/publications/63730-ID-analisis-kualitas-pelayanan-bank-terhada.pdf>

Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: Umsida. Retrieved Januari 22, 2022 from

<https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6081-32-7/981>

Jenner Simarmata (Ed). (2020). *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar*. Medan:

Yayasan Kita Menulis. Retrieved Januari 22, 2022 from

[https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar/YkwCEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ilmu+komunikasi&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu_Komunikasi_Sebuah_Pengantar/YkwCEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ilmu+komunikasi&printsec=frontcover)

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Edisi Revisi*. Kencana, Jakarta. Retrieved Februari 15, 2022 from

https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Komunikasi_Individu_Hingga_Massa_E/DsM0EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Pamasek, M. (2021). *Pelayanan Prima*. Klaten: Lakeisha. Retrieved Januari 23, 2022 from

https://www.google.co.id/books/edition/Pelayanan_Prima/YqcsEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pelayanan+prima&printsec=frontcover

Pangkuti, F. (2017). *CUSTOMER CARE EXCELLENCE Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Retrieved Januari 23, 2022 from

https://www.google.co.id/books/edition/Customer_Care_Excellence_Meningkatkan_Ki/7MpGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pelayanan+prima&printsec=frontcover

Rahayu. (2018). *METODE KARTESIUS Penelitian pada Layanan Jasa Bank (Bank Desa di Bogor)*. Jakarta: Program Pascasarjana Universitas Prof Dr.

Moestopo (Beragama). Retrieved Desember 24, 2022 from

https://www.google.co.id/books/edition/Metode_kartesi/KCI6EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pelayanan+bank&printsec=frontcover

Robert, Ujang, dkk. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakkti Persada Bandung. Retrieved Januari 31, 2022 from <http://digilib.uinsgd.ac.id/40787/1/KOMUNIKASI%20ORGANISASI%20CETAK.pdf>

Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka. Retrieved Januari 23, 2022 from https://www.google.co.id/books/edition/KOMUNIKASI_ORGANISASI/4DTedwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=komunikasi+organisasi&printsec=frontcover

Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sumber Lain :

<https://bri.co.id> (Diakses pada tanggal 22 Januari 2022)

<https://kbbi.web.id/aktivitas> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2022)

UNIVERSITAS FAJAR

L

A

M

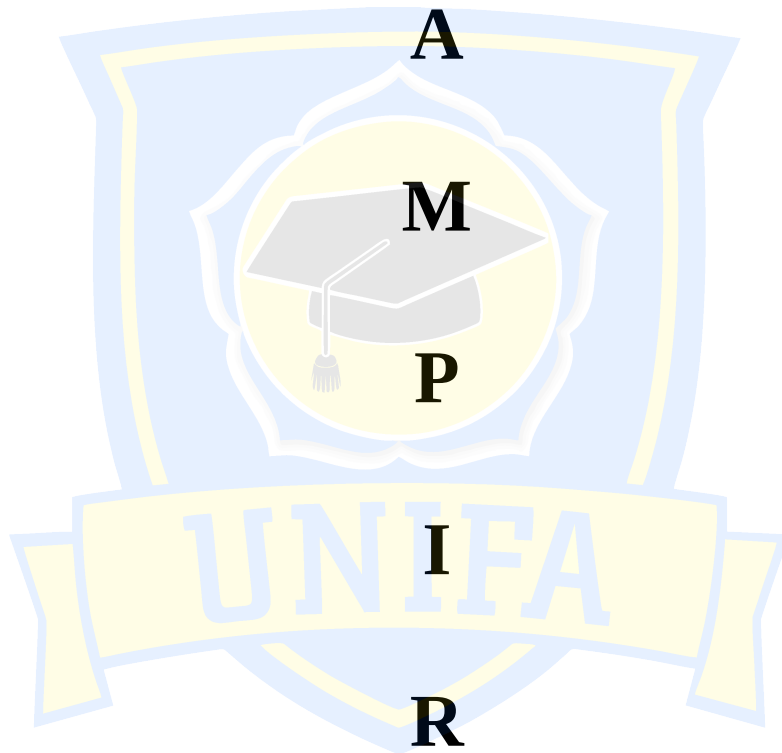
P

I

R

UNIVERSITAS FAJAR

A



[illegible]

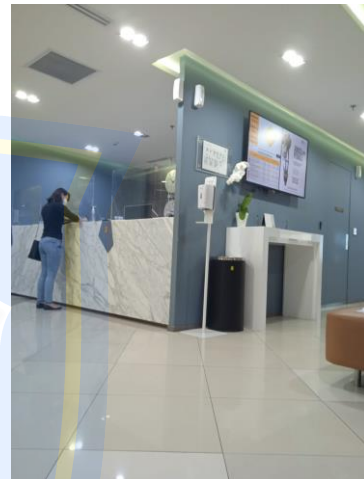
LAPORAN HASIL MYSTERY SHOPPING

Commonwealth Treasury Tower

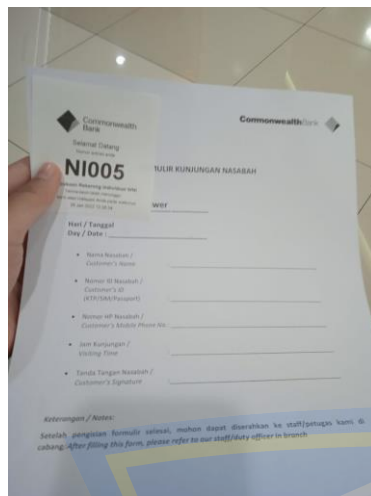
Total durasi pelayanan adalah 01:54:52.52

Alur pelayanan :

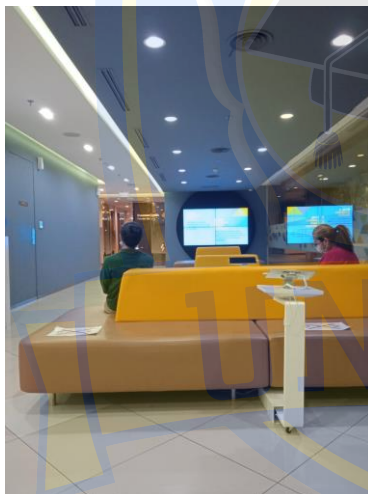
1. Keadaan banking hall



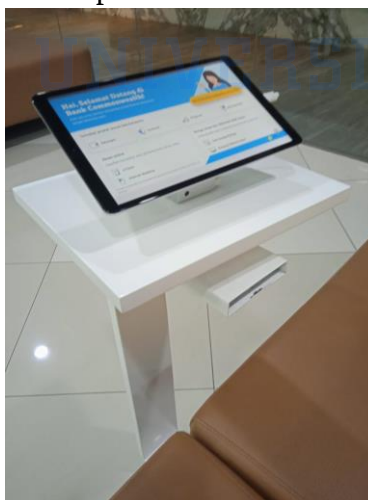
2. Formasi frontliner : satpam 2, CS 2, Teller 3
3. Satpam memberi salam dan menanyakan transaksi apa yang ingin dilakukan, memastikan nasabah membawa dokumen yang dibutuhkan (sudah disebutkan satu persatu) diarahkan untuk mengscan QR peduli lindungi.
4. Diberikan formulir kunjungan nasabah dan nomor antrian untuk ke CS.



5. Antrian ke CS dan ke Teller di gabung, antrian duduk.



6. Disetiap sofa tersedia tablet.



7. Durasi menunggu adalah 01:03:54.99

8. Kondisi saat itu kedua CS melayani nasabah, seharusnya setelah selesai melayanani nasabah itu, giliran saya untuk dilayani.
9. Setelah menunggu lama, saya melihat kedua CS ke back office lalu saya bertanya ke satpam apakah masih lama? Satpam meginformasikan bahwa setelah ini, giliran saya. Salah satu CS sedang sholat.
10. Belum sempat Kembali ke tempat duduk, nomor urut antrian saya sudah dipanggil dan diarahkan menuju Teller.
11. Durasi pelayanan oleh Teller 36:04.09.
12. Teller melakukan probing sambil mengisi form yang tadi diberikan.
13. Teller berbicara dengan teller lain saat sedang melayani nasaba.h
14. Salah satu syarat wajib pembukaan rekening adalah NPWP. Untuk pelajar yang belum memiliki NPWP harus melampirkan/ menunjukkan NPWP orang tua/ orang yang memberikan penghasilan untuk ditabung.
15. Teller mengarahkan ke mesin pembuat rekening



16. Teller memasukkan kode pada mesin dan mejelaskan secara singkat, kemudian meninggalkan nasabah sendirian.
17. Sempat kebingungan karena menunya sempat keluar.
18. Teller sempat datang membantu ketika KTP tidak berhasil difoto dengan mesin.
19. Pada saat foto KTP, tidak dapat terbaca sehingga dilakukan pengimputan manual di mesin itu. (teller meninggalkan nasabah)
20. Teller kembali memastikan apakah sudah selesai mengisi data.
21. Melakukan interupsi dengan memanggil spv untuk mengecek data sesuai dengan KTP.
22. Spv melakukan pengecekan.
23. Teller mengarahkan cara melakukan tanda tangan.
24. Teller mengarahkan Kembali ke toonbank teller, menanyakan apakah ada email yang masuik. Setelah beberapa menit menunggu, teller mengarahkan untuk menunggu di sofa.
25. Durasi menunggu 12:01.76

26. Jam operasional sudah berakhir, bahkan kacanya sudah ditutup oleh satpam.
Nasabah masih menunggu dipanggil
27. Diarahkan ke teller
28. Teller menginformasikan bahwa kemungkinan mesin tersebut mengalami kendala dan teller sedang menghubungi IT.
29. Teller memberikan pilihan apakah ingin menunggu atau datang Kembali di kemudian hari.
30. Teller menginformasikan aplikasi bank untuk yang bisa didownload dan bisa membuka rekening dari aplikasi tersebut.

+
Dapat melakukan setor dengan mata uang asing



DOKUMENTASI



Gambar Lampiran. Makan Bersama



Gambar Lampiran. Tukar Kado



Gambar Lampiran. Makan Siang Bersama



Gambar Lampiran. HUT BRI Ke-126



Gambar Lampiran. Rafting di Bandung



Gambar Lampiran. Gambar Makan Siang Bersama



Gambar Lampiran. Penyerahan Kenang-kenangan



Gambar Lampiran. Ferewell Peserta Magang