

TESIS

**KUALITAS PELAYANAN PADA OUTLET DIGITAL BRANCH
PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk.
KANTOR WILAYAH JAKARTA SENAYAN**

Disusun Oleh :

NAMA	: ARIEF FAJRI
NPM	: 1864001045
JURUSAN	: ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI	: ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
KONSENTRASI	: MANAJEMEN SUMBER DAYA APARATUR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian Syarat
guna memperoleh gelar Magister Terapan Administrasi Publik
(M.Tr.A.P.)**



**PROGRAM MAGISTER TERAPAN
ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

JUDUL TESIS :

KUALITAS PELAYANAN PADA OUTLET DIGITAL BRANCH

PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk

KANTOR WILAYAH JAKARTA SENAYAN

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan
Pembimbing Tesis



(Dr. A. Rina Herawati, M. Si)

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : ARIEF FAJRI
 NPM : 1864001045
 PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
 KONSENTRASI : MANAJEMEN SUMBER DAYA APARATUR
 JUDUL TESIS : KUALITAS PELAYANAN PADA OUTLET DIGITAL BRANCH
 PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk.
 KANTOR WILAYAH JAKARTA SENAYAN

Telah mempertahankan di hadapan Tim Pengaji Tesis
 Program Magister Terapan Administrasi Pembangunan Negara
 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi
 Lembaga Administrasi Negara, Pada

Hari : Jum'at
 Tanggal : 06 Desember 2019
 Pukul : 07.30 s.d 08.30

TELAH DINYATAKAN LULUS

TIM PENGUJI TESIS

Ketua Sidang : Dr. Edy Sutrisno, M.Si

Sekretaris : Dr. Mala Sondang Silitonga, MA

Pembimbing/Anggota : Dr. A. Rina Herawati, M. Si

Anggota : Dr. Asropi, M. Si



Handwritten signatures of the committee members are present over the names listed above.

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arief Fajri
NPM : 1864001045
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Aparatur

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tesis yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tesis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara (STIA LAN) Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, Desember 2019

Hormat Saya,



Arief Fajri

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas Karunia dan Ridho Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul "Kualitas Pelayanan Pada Outlet Digital Branch PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Jakarta Senayan". Penulis menyusun tesis ini dalam rangka memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Magister Terapan Program Studi Administrasi Pembangunan Negara Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Aparatur pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara (STIA LAN) Jakarta.

Dalam penyusunan hingga terselesaiannya Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, terutama penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada Bapak Dr. A. Rina Herawati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabarannya membimbing penulis, memberikan masukan-masukan, serta arahan-arahan hingga terselesaiannya tesis ini. Pada kesempatan ini juga, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Prof. Dr. Nurliah Nurdin, S.Sos., M.A. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara (STIA LAN) Jakarta.
2. Bapak Teddy Wishadi, S. Kom., M. Kom. selaku Pemimpin Kantor Wilayah Jakarta Senayan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. yang telah memberikan izin penulis meneliti di lingkungan Kantor Wilayah Jakarta Senayan.

3. Bapak Dr. Edy Sutrisno, M.Si selaku Ketua Tim Penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun dalam tesis ini
4. Ibu Dr. Mala Sondang Silitonga, MA selaku Sekretaris Tim Penguji yang telah memberikan koreksi dan saran yang membangun dalam tesis ini
5. Bapak Dr. Asropi, M. Si. selaku Anggota Tim Penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam tesis ini
6. Seluruh Dosen Program Magister Terapan Prodi Administrasi Pembangunan Negara Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Aparatur STIA LAN Jakarta yang telah membekali penulis untuk selangkah lebih maju hingga Tesis ini terwujud.
7. Seluruh Pegawai Kantor Wilayah Jakarta Senayan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, beserta kantor Cabang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam menyusun Tesis ini.
8. Seluruh Staf STIA LAN Jakarta yang telah memberikan pelayanan yang baik dari awal perkuliahan hingga akhir Tesis ini terselesaikan.
9. Orang Tuaku, yang dengan penuh kasih sayang dan ketulusan mendoakan penulis agar selalu diberi kekuatan lahir dan batin hingga dapat menyelesaikan pendidikan di Program Magister Terapan Prodi Administrasi Pembangunan Negara Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Aparatur STIA LAN Jakarta.
10. Rekan-rekan satu perjuangan di kelas MSDA yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat serta saling membantu penulis.
11. Kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan penyusunan dimasa-masa mendatang.

Mohon maaf dengan segala kekurangan dan harapan penulis semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Desember 2019

Arief Fajri

**POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA**

ABSTRACT

ARIEF FAJRI 1864001045

QUALITY OF SERVICE IN DIGITAL BRANCH OUTLETS OF

PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk.

REGIONAL OFFICE OF JAKARTA SENAYAN

XVIII, 131 Pages, 5 Chapters, 6 tables, 17 figures, 13 attachments

Bibliography: 14 books and regulations, 10 articles, others.

The purpose of this study was conducted to determine the quality of service at BNI digital branches in the Jakarta Senayan Region through 3 dimensions, namely Reliability, Assurance (how the service gives confidence to consumers) and Tangible (how physical appearance, equipment, gadged & communication media).

In this study conducted at 2 (two) digital branch outlets of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. The Jakarta Senayan Regional Office is the digital branch outlet of Kasablanka city and the digital branch of Gandaria City.

Locus in this study used descriptive qualitative methods by conducting interviews with Key Informants namely regional business leaders and digital branch outlets digital branch leaders, field observations and service data reviews.

The results of research on the quality of digital branch BNI service outlets in the Jakarta Senayan Region by looking at 3 dimensions obtained conclusions:

1. *Dimensions of Reliability (reliability), in this dimension digital branch devices there are still some digital devices that have not been able to meet customer needs, namely smartkiosk devices, interactive wall devices and interactive tables because there are still obstacles in printing customer cards and error systems.*

2. *The Assurance dimension, on this dimension security guarantees have been provided by BNI digital branch outlets in the form of the application of risk management and compliance with OJK regulations No. 38 /POJK.03/2016. In addition, security in terms of products and banking regulations in the form of information on the terms and conditions of existing products have been prepared on digital devices, namely digital brochures (e-brochures) contained in the Interactive Wall and Interactive Table devices.*
3. *Tangible Dimension (Physical Display) on this dimension, it is known that the digital devices that are available at BNI Jakarta branch digital branch in Senayan have been fulfilled well, but still need an additional 1 (one) Big Screen placed on the front wall of the outlet to attract customers.*

Keywords: Digital Branch, Service Quality

ABSTRAK

ARIEF FAJRI 1864001045

KUALITAS PELAYANAN PADA OUTLET DIGITAL BRANCH

PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk.

KANTOR WILAYAH JAKARTA SENAYAN

XVIII, 131 Halaman, 5 Bab, 6 tabel, 17 gambar, 13 lampiran

Daftar Pustaka : 14 buku dan peraturan, 10 artikel & jurnal, lain-lain.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan pada outlet digital branch BNI Wilayah Jakarta Senayan melalui 3 dimensi yaitu Reliability (kehandalan), Assurance (bagaimana pelayanan tersebut memberikan keyakinan terhadap konsumen) dan Tangibel (bagaimana tampilan fisik, peralatan, gadged & media komunikasinya).

Dalam penelitian ini dilakukan pada 2 (dua) outlet digital branch PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Wilayah Jakarta Senayan yaitu outlet digital branch kota kasablanka dan digital branch gandaria city.

Locus dalam Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara terhadap Key Informan yaitu pemimpin bisnis wilayah dan pemimpin outlet digital branch outlet digital branch, observasi lapangan dan telaah data layanan.

Hasil penelitian terhadap kualitas pelayanan outlet digital branch BNI Wilayah Jakarta Senayan dengan melihat 3 Dimensi diperoleh kesimpulan :

1. *Dimensi Reliability (kehandalan), pada dimensi ini perangkat digital branch masih terdapat beberapa perangkat digital yang belum dapat memenuhi kebutuhan nasabah yaitu perangkat smartkiosk, perangkat interactive wall dan interactive table dikarenakan masih terdapat kendala dalam pencetakan kartu nasabah dan sistem yang eror.*
2. *Dimensi Assurance (Jaminan), pada dimensi ini jaminan keamanan telah diberikan oleh outlet digital branch BNI yaitu berupa penerapan*

manajemen resiko dan pemenuhan peraturan OJK Nomor 38 /POJK.03/2016. Selain itu keamanan dari sisi produk dan ketentuan perbankan baik berupa informasi syarat – syarat dan ketentuan produk yang ada telah disiapkan pada perangkat digital yaitu digital brosure (e-brosure) yang terdapat pada perangkat Interactive Wall dan Interactive Table.

3. *Dimensi Tangible (Tampilan Fisik) pada dimensi ini diketahui bahwa perangkat digital yang ada pada outlet digital branch BNI Wilayah Jakarta Senayan telah terpenuhi dengan baik, namun masih dibutuhkan tambahan 1 (satu) Big Screen yang diletakkan pada dinding depan outlet agar dapat menarik customer.*

Kata kunci : Digital Branch, Kualitas Pelayanan

**POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA**

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Permasalahan.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Teori dan Kebijakan.....	11
1. Pemasaran dan Jasa.....	11
1.1. Pengertian Pemasaran.....	11
1.2. Konsep Pemasaran.....	11
1.3. Pengertian Jasa.....	12
1.4. Karakteristik Jasa.....	12
1.5. Klasifikasi Jasa.....	14
2. Kualitas Pelayanan.....	17
2.1. Pengertian Kualitas.....	17

2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
A. Dimensi-Dimensi Pelayanan.....	24
B. Model Kualitas Jasa.....	28
3. Digital Banking	28
4. Penyelenggaraan Digital Branch	33
A. Persyaratan, Tata Cara, dan Prosedur Penyelenggaraan/Pembukaan Digital Branch	33
B. Penerapan Manajemen Resiko Teknologi Informasi	40
C. Proses Bisnis Registrasi dan Pembukaan Rekening Nasabah	44
B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Konsep Kunci.....	54
D. Model Berpikir.....	56
E. Pertanyaan Penelitian.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	57
A. Metodologi Penelitian.....	57
B. Teknik Pengumpulan Data.....	59
C. Instrumen Penelitian.....	63
D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN	71
A. Gambaran Umum BNI Kantor Wilayah Jakarta Senayan.	71
1. Visi Bank Negara Indonesia	74
2. Misi Bank Negara Indonesia	75
3. Tujuan Dan Sasaran	77
4. Struktur Organisasi Bank BNI	77

5. Tugas Pokok dan Fungsi Bagian di Bank BNI Wilayah.	
Jakarta Senayan	78
6. Perangkat BNI Digital Branch	89
B. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Kehandalan (Reliability)	91
2. Jaminan (Assurance)	103
3. Bukti Tampilan fisik (Tangible)	110
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
A. Simpulan	124
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....	130

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Key Informan	65
Tabel 4.1	Komposisi Pegawai BNI Wilayah Jakarta Senayan	79
Tabel 4.2	Perangkat BNI Digital	88
Tabel 4.3	Produk Digital Branch	89
Tabel 4.4	Data Usage E-Channel Kota Kasablanka	97
Tabel 4.5	Data Usage E-Channel Gandaria City	97

POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Model Berfikir.....	56
Gambar 3. 2	Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif.....	68
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kantor Wilayah	77
Gambar 4.2	Observasi Outlet digital kota kasablanca ...	91
Gambar 4.3	Observasi Mesin BNI Sonic.....	94
Gambar 4.4	Observasi Penggunaan BNI Sonic	95
Gambar 4.5	Smart Kiosk BNI Gandaria City.....	96
Gambar 4.6	Observasi Mesin Smart Kiosk.....	99
Gambar 4. 7	Gambar Alur Pembukaan Rek Digital.....	100
Gambar 4.8	Petugas Keamanan Outlet Digital	105
Gambar 4.9	Observasi Digital Wall.....	107
Gambar 4.10	Observasi Interactive Table.....	108
Gambar 4.11	Observasi Petugas Banking Asisten.....	111
Gambar 4.12	Observasi Kenyamanan Banking Hall.....	114
Gambar 4.13	Observasi Ruang Tunggu Gandaria City....	115
Gambar 4.14	Observasi Interactive Wall Gandaria City...	117
Gambar 4.15	Observasi E-Channel Gandaria City.....	121

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan beberapa perbaikan terutama pada pelayanan yang diberikan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi akan mendapatkan kepuasan yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa berkualitas yang dibelinya.

Dengan adanya pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh produk lain. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Hal ini juga terjadi dalam bisnis perbankan.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin tajam, para pemasar dituntut untuk tidak hanya meningkatkan kualitas produk semata untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan tersebut. Dimana produk - produk sejenis yang dihasilkan pesaing sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas pelayanannya maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi

pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin unggul dalam persaingan pasar, perusahaan itu harus mampu memberikan tanggapan lebih cepat, terhadap perubahan kebutuhan atau tuntutan customer dibandingkan dengan pesaing.

Bisnis perbankan merupakan bisnis yang dapat menunjang perbaikan perekonomian suatu negara. Di Indonesia misalnya, salah satu pemicu krisis yang terjadi adalah krisis perbankan. Sektor perbankan yang berfungsi sebagai intermediasi aliran dana, ternyata menduduki posisi yang kritis dalam krisis ekonomi yang berlangsung. Kalau sektor perbankan tidak tahan menghadapi gejolak ekonomi, maka bukan hanya sektor perbankan yang mengalami kehancuran, tetapi sektor-sektor ekonomi lain khususnya yang bergantung pada dana perbankan seperti industri manufaktur, perdagangan dan kontruksi akan mengalami hal yang sama.

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 bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan. Pertama, sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Bank sangat berperan penting bagi kehidupan ekonomi, fasilitas yang disediakan oleh bank berupa uang tunai, tabungan, dan kartu kredit. Tanpa

adanya penyediaan alat pembayaran yang efisien ini, maka barang hanya dapat diperdagangkan dengan cara barter yang memakan waktu.

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

PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. atau lebih dikenal dengan Bank BNI merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara terbesar di Indonesia dan termasuk salah satu dari 4 bank besar di kancah nasional. Sesuai dengan visinya adalah Menjadi Bank kebanggaan nasional yang Unggul, Terkemuka dan Terdepan dalam Layanan dan Kinerja.

Sesuai dengan UU No.17 Tahun 1968 sebagai bank umum dengan nama Bank Negara Indonesia 1946, BNI bertugas memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi nasional.

PT. Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia setelah Bank Republik Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri, ini dapat dilihat dari umurnya yang menginjak 74 tahun pada tahun 2019 dan namanya masih bergaung di negeri kita ini, ini terbukti dari banyaknya nasabah yang bergabung dengan bank BNI untuk menabung serta kredit bagi orang yang akan memulai usaha. Bank BNI merupakan salah satu bank yang menawarkan berbagai pelayanan yang menarik dan inovatif yang

bertujuan untuk memenuhi dan membantu kebutuhan nasabah berkaitan dengan perbankan dan keuangan.

Pada era disruptif teknologi atau era digital ini, BNI melakukan transformasi digital mulai dari mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang melek teknologi, hingga pengembangan aspek teknologi mutakhir yang ditujukan untuk nasabahnya.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI) sedang bertransformasi menjadi bank digital yang mampu bersaing di era industri 4.0. Salah satunya, dengan menciptakan New Banking Experiences melalui diferensiasi channel layanan perbankan serta mengembangkan Digital Business baru lengkap dengan ekosistemnya untuk nasabah.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI) tengah fokus mengembangkan layanan digital untuk memberi kemudahan bagi nasabah dan menghadapi persaingan di era digital. Bank pelat merah ini menganggarkan Rp 1 triliun dari belanja modalnya (capital expenditure/capex) untuk pengembangan digital banking (katadata.co.id).

BNI sudah melakukan eksplorasi maupun eksploitasi terhadap kapabilitas teknologi yang sedang berkembang saat ini. Eksplorasi yang dilakukan yaitu berkolaborasi dengan akselerator startup untuk terus mengikuti perkembangan-perkembangan terbaru dari trend teknologi, adopsi kapabilitas-kapabilitas teknologi terkini seperti *Big Data, Artificial Intelligent, Internet of Things, API Management, Cloud, dan Blockchain*.

Eksplorasi kapabilitas teknologi eksisting, dengan mendigitalisasi *channel-channel* BNI seperti BNI *Mobile Banking, SMS Banking, Internet*

Banking, Agen 46, social media platform, terus dikembangkan menuju omni channel, dimana di antara channel-channel tersebut dapat menggunakan single sign on dan semua fitur-fiturnya saling terintegrasi. Melalui omni channel tentunya diharapkan Nasabah Bank BNI memiliki *experiences* dan kenyamanan yang sama.

Guna mendekatkan dan memasyarakatkan produk-produk digital, BNI menghadirkan *Digital Branch*, hal tersebut sejalan dengan komitmen BNI untuk mendukung perkembangan ekonomi yang saat ini mengarah ke era digital dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan transaksi perbankan. BNI *Digital Branch* ini merupakan outlet dengan layanan yang didominasi oleh layanan digital dengan mengedepankan konsep *self service*.

Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum 2016 hal 3, Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (financial advisory), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank.

Outlet ini akan memberikan pengalaman tersendiri bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan *Digital Process Automation* dan

layanan *Banking Assistant*. Oulet dengan konsep digital dimana Anda dapat membuka rekening sekaligus mendapatkan info terkait produk dan promo secara digital serta berinteraksi langsung dengan petugas BNI Call melalui *Video Contact Center*.

Disamping itu juga disiapkan, *Interactive Wall* dan *Interactive Table* yaitu media informasi berupa layar interaktif yang menampilkan informasi produk dan promo BNI maupun anak perusahaan BNI. *Digital Branch* pun menghadirkan mesin ATM Setor Tarik Tunai yang memiliki multi fungsi yakni sebagai mesin setoran tunai, penarikan tunai serta transaksi non tunai.

Layanan *e-Branch* ini tersebar di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Medan, Bali dan Surabaya. Adapun, layanan perbankan yang dapat dilayani pada BNI *Digital Branch* seperti pembukaan rekening dengan teknologi video banking dan penyetoran tanpa *teller*.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan jasa perbankan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumennya. Dalam konsep Pemasaran, suatu kegiatan perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal, merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini sangat penting untuk menentukan motif pembelian adalah bahwa konsumen ingin memuaskan kebutuhan dan keinginannya (Swasta, DH dan Handoko 1997 : 21).

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 331) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Parasuraman dan rekan-rekan pengukuran atas kualitas layanan tersebut didasarkan pada lima dimensi, yaitu: (1) kehandalan (reliability), sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (2) daya tanggap (responsiveness), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (3) jaminan (assurance) menunjukkan sejauhmana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan image atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (4) empati (empathy), sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan, dan (5) bukti fisik (tangible) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Dimensi-dimensi inilah yang harus diperhatikan oleh perbankan dalam menjalankan bisnisnya, sehingga berbagai pengalaman yang dapat mengakibatkan kegagalan tidak akan terjadi. Tidak sedikit pelanggan beralih ke produk perbankan lain yang sesuai dengan yang diharapkannya. Apabila hal ini terjadi tentunya sangat merugikan perusahaan, dalam kegiatan

operasionalnya. Mengingat untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar biayanya, dibandingkan dengan pengorbanan dalam mempertahankan pelanggan lama. Merupakan prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan, adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen/nasabah. Karena itu pihak pemasar di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan.

BNI Wilayah Jakarta Senayan memiliki area kerja di Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan yang memiliki 132 outlet layanan dengan 3 outlet *digital branch* (129 outlet lainnya *inbranch*) dengan sistem penilaian pelayanan menggunakan parameter yang sama antara outlet digital dengan outlet *Inbranch* sehingga masih belum dapat mengukur dengan tepat pelayanan pada outlet *digital branch*.

Untuk itu pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur pelayanan yang di berikan pada outlet *digital branch* BNI dimana dalam pelayanannya lebih banyak pelayanan *interaktif* dengan sistem dan pelayanan fisik (mesin), mengingat pada outlet digital peran manusia dalam memberikan pelayanan sangat sedikit, oleh karna itu pengukuran kualitas layanan menggunakan dimensi pelayanan yang sesuai dengan kondisi outlet digital branch yaitu dimensi *Reliability*, dimensi *Assurance* dan dimensi *Tangibel*.

Dengan memperbaiki kualitas pelayanan dan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari konsumen pada akhirnya dapat membuat konsumen mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan atau produk, sehingga perusahaan dapat mencapai profitabilitas yang tinggi dan perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan outlet digital branch diharapkan dapat mengetahui bagaimana kesiapan perbankan dalam penyelenggaraan kebutuhan digital dari nasabanya, selain itu juga dapat memberikan masukan bagaimana pelayan yang harusnya diberikan kepada nasabah.

Berdasarkan penjabaran kondisi dunia bisnis khususnya perbankan dan permasalahan di atas perlu dilakukan penelitian yang mendalam dengan mengambil pokok masalah “ Bagaimana Kualitas Pelayanan Perbankan Melalui Pengembangan Outlet *Digital Branch* pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Wilayah Jakarta Senayan.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan pokok dari penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan outlet *Digital Branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan dilihat dari dimensi Reliability, Assurance dan Tangibel?.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan pada outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan melalui 3 dimensi yaitu *Reliability, Assurance dan Tangibel*.

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan outlet digital branch BNI bila dilihat dari dimensi Reliability (kehandalan)
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan outlet digital branch dilihat dari dimensi Assurance (bagaimana pelayan tersebut memberikan keyakinan terhadap konsumen)
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan outlet digital branch dilihat dari dimensi Tangible (bagaimana tampilan fisik, peralatan, gadged & media komunikasinya).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Terhadap Dunia Akademik

Hasil penelitian dapat menambah pengetahuan, kontribusi dan *sharing* pemikiran mengenai kualitas pelayanan yang dijalankan oleh perbankan melalui sistem digital sehingga dapat menjadi acuan bagi pelayanan publik lainnya, selain itu penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Terhadap Dunia Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam perencanaan, pengelolaan, pengembangan dan peningkatan Kualitas Pelayanan pada khususnya PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dan Pelayanan Publik pada umumnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bagaimana Kualitas pelayanan pada Outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan (Outlet Digibranch Kota Kasablanka & Gandaria City) dinilai dari tiga dimensi yaitu Reliability, Assurance, dan Tangibles.

1. Dimensi reliability (kehandalan),

Dari hasil penelitian terungkap bahwa kehandalan perangkat digital banking pada outlet *digital branch* Kota Kasablanka dan Gandaria City masih belum sempurna dan masih harus diperbaiki kembali agar dapat memberikan pelayanan digital yang berkualitas. Salah satu perangkat pada *digital branch*, yaitu berupa mesin *smartkiosk* sudah beroperasi lebih dari 2 tahun dan sudah sering terkendala pencetakan kartu yang tersangkut, kendala tersebut terjadi pada kedua outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan. Namun, kendala tersebut telah coba di selesaikan dengan menyediakan perangkat mesin pembukaan rekening yang baru, yaitu BNI Sonic (*Self Service Opening Account*) dengan jumlah yang masih terbatas.

Untuk perangkat lainnya yang terdapat pada digital branch berupa e-channel, phone banking dan big screen telah berfungsi dengan baik, namun untuk interactive wall & interactive table masih belum handal dikarenakan pada saat penggunaan mengalami sedikit terkendala sistem, sehingga proses berhenti sementara (*error sistem /hang*) pada penggunaanya

dan memerlukan *rebooth* manual pada CPU nya sehingga mengurangi kenyamanan dalam pelayanan kepada nasabah/ pengunjung outlet *digital branch*.

2. Dimensi assurance (jaminan)

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan keamanan nasabah pada outlet digital Banik BNI secara keseluruhan maupun BNI Wilayah Jakarta Senayan telah menjadi perhatian utama dari manajemen perbankan yaitu dengan menyediakan petugas keamanan, CCTV dan penerapan manajemen risiko yang berkelanjutan terhadap ancaman serangan siber (*cyber crime*) dengan adanya hal tersebut, BNI mampu meminimalisir risiko yang kini semakin lebar berkat maraknya penggunaan digital banking.

Selain sisi assurance fisik & teknologi, outlet *digital branch* juga menyiapkan keamanan dari sisi informasi produk, syarat dan ketentuan telah disediakan dalam perangkat digital tersendiri, yaitu pada *interactive wall* dan *interacitve table* agar nasabah dapat mengetahui detail produk yang akan dipilih namun pada perangkat tersebut masih diperlukan perbaikan. Perbaikan yang diperlukan dari sisi CPU/ mesin interactive wall dan interactive table, sehingga ketika nasabah menggunakan perangkat tersebut dapat berjalan dengan lancar dan informasi yang di inginkan nasabah dapat diperoleh dengan baik.

3. Dimensi Tangibles

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan dimensi tangibles (bukti fisik), outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan sudah memenuhi fasilitas pelayanan yang sudah ditetapkan oleh kantor pusat (*Corporate Identity BNI*) berupa Banking Hall yang nyaman dengan ruang tunggu berupa sofa tamu dan kursi cafe.

Jumlah mesin e-channel (ATM/CRM/CDM) dengan jumlah yang memadai, terlihat dari tidak terlalu panjangnya antrian setiap mesinnya pada jam-jam sibuk (jam makan siang istirahat kantor) dan data Usagenya. Kebersihan outlet *digital branch* beserta seluruh perangkat didalamnya telah disediakan 1 (satu) petugas cleaning yang standby di area banking hall dan rutin membersikan perangkat digital setelah digunakan oleh nasabah.

Pada outlet *digital branch*, terdapat banyak perangkat digital guna memberikan pelayanan *digital banking* pada nasabah. Adapun kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan di outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan yaitu :

- a. Untuk perangkat E-Channel berupa mesin ATM/CRM/CDM sudah banyak digunakan oleh nasabah dan data penggunannya dapat diukur secara otomatis (ditarik data usagenya), namun untuk perangkat interactive table & interactive wall penghitungan pemakaian dari 2 perangkat tersebut masih dihitung manual, sehingga membutuhkan ketelitian dalam perhitungan *usagenya*.

- b. Untuk perangkat Pembukaan rekening digital, masih sedikit penggunaan mesin buka rekening (smart kios/bni sonic) dengan rata-rata penggunaan 2-3 pembukaan rekening per hari. Hal tersebut dapat dikarenakan kurangnya informasi terkait perangkat tersebut, dan masih sulitnya langkah penggunaannya. Hal tersebut dilihat dari pengamatan peneliti pada nasabah pengguna perangkat tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan dilihat dari dimensi *reliability* yaitu :
 - a. Agar outlet *digital branch* Kota Kasablanka dan Gandaria City secara rutin (minimal bulanan) melakukan maintenance sistem digital pembukaan rekening (*smartkiosk* maupun BNI sonic) dengan berkoordinasi kepada unit terkait yaitu Divisi teknologi yang memiliki perwakilan di kantor wilayah yaitu pada Unit Teknologi Wilayah (Tek-Wil).
 - b. Untuk perangkat *interactive wall* dan *interactive table*, outlet digital branch agar memonitor usia dari CPU dan kapasitas memorinya. Jika sudah terlalu sering hang, agar pemimpin outlet digital branch membuat usulan kepada Unit Teknologi Wilayah Jakarta Senayan berupa permintaan penambahan memori untuk CPU mesin *interactive wall* dan *interactive table*.

- c. Pemimpin outlet perlu memberikan saran tertulis/ bersurat kepada *Product Owner* perangkat pembukaan rekening digital *smartkiosk* yaitu Divisi Produk Manajemen (PDM) mengenai permasalahan dilapangan tekait alur pembukaan rekening pada *smartkiosk* yang masih memerlukan panduan dari petugas banking asisten, sehingga tujuan pelayanan perbankan digital yaitu pelayanan secara mandiri dapat tercapai.
2. Saran untuk Outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan dari hasil penelitian dilihat dari dimensi *assurance* yaitu guna menumbuhkan kepercayaan nasabah, pada perangkat Big Screen yang terdapat pada outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan diberikan konten edukasi yang berisi informasi terkait alur dan persyaratan produk – produk yang tersedia dan juga informasi tekait keamanan transaksi *perbankan digital* yang dikemas dalam film animasi sehingga membuat pengunjung atau customer yang melewati outlet tertarik dan secara tidak langsung teredukasi perbankan digital. Guna pemenuhan konten ini, pemimpin outlet dapat bersurat melalui Kantor Cabang Utama ke Divisi MCM (*Marketing Communication*) untuk dibuatkan materi dimaksud.
3. Saran untuk kedua Outlet *digital branch* BNI Wilayah Jakarta Senayan dari hasil penelitian dilihat dari dimensi *Tangible* yaitu :
 - a. Terus mempertahankan kebersihan perangkat digital dan kenyamanan ruang banking hall dengan rutin melakukan maintenance mingguan ketika outlet sedang tutup (seperti mencuci sofa, maintenace kursi cafe yang apabila lebih dari 3 tahun dapat kurang bagus dan melakukan pembersihan menyeluruh perangkat yang ada).

- b. Untuk perangkat yang masih rencah pemakaianya agar pemimpin outlet digital branch membuat usulan kepada kantor cabang di atasnya untuk membuat konten iklan yang menarik pada *Big Screen* yang menggambarkan fungsi outlet dan produk yang terdapat didalamnya.
- c. Selain itu perlu juga menambah perangkat *Big Screen* yang diletakkan pada depan outlet atau lokasi yang langsung terlihat oleh *waking customer* karena saat ini lokasi *Big Screen* terdapat didalam outlet. *Big Screen* berisi simulasi dari penggunaan perangkat mesin digital *smartkiosk/BNI Sonic* yang ada pada outlet yang masih belum banyak diketahui oleh nasabah. Konten pada *Bigscreen* yang diletakkan di dinding depan outlet, berisi langkah - langkah detail pembukaan rekening melalui *smartkiosk* ataupun *BNI Sonic*, fitur-fitur yang ada dalam masing masing perangkat digital outlet juga dapat ditampilkan dalam *Big Screen*.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian.* Malang : UMM Press.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu.* Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis, Planing, Control. Ed.8. New.* New Jersey: Prentice Hall.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. 1983. *The marketing aspects of service quality in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (eds.). American Marketing Association Chicago: Emerging perspectives on services marketing.*
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek.* Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L.J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru.* Jakarta: UIP.
- Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum, OJK 2016
- Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama.* Yogyakarta : CAPS.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2.* Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategic.* Yogyakarta: Andi.

2. Jurnal

Gerrard, P. and Cunningham, J.B. (2003), “The difusio’n of internet banking among Singapore consumers”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21 No. 1, pp. 16-28.

Jolly 2016.1. “The Influence Of Internet Banking On The Efficiency And Cost Savings For Banks’ Customers”. Pengaruh Internet Banking Terhadap Efisiensi Dan Biaya Tabungan Untuk Pelanggan Bank : Int. J. Soc. Sc. Mengelola. Vol. 3 www.ijssm.org

Patel dan Bhatt 2018.2. “Classification Of Factors Affecting Overall Service Quality And Customer Satisfaction For Digital Banking Service In Ah medabad”: *Roots International Journal of Multidisciplinary Researches*. Vol 2.

Rajjan dan Saranya 2018.1. “Digital Banking Services: Customer Perspectives”. *JETIR1812945 Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)* www.jetir.org

Sardana dan Singhania 2018. “Digital Technology In The Realm Of Banking: A Review Of Literature”. *International Journal of Research in Finance and Management* 2018; 1(2): 28-32