

KOMUNIKASI INTERPERSONAL FRONTLINER DALAM MENJAGA KEPERCAYAAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar)

Reza Waldian

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang, Indonesia

Abstract. *This study aims to analyze frontline interpersonal communication in maintaining customer trust and identify supporting and inhibiting factors at Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar. The study employed a qualitative approach with a case study method. Data were obtained through in-depth interviews with Branch Managers, Branch Operational & Service Managers, Customer Service, Tellers, Security Guards, and customers, as well as direct observation in the banking hall area. The theoretical basis used was Joseph A. DeVito's (1997) interpersonal communication theory, with five indicators: openness, empathy, supportiveness, positivity, and equality. The results showed that frontline interpersonal communication was effective in maintaining customer trust, with DeVito's five indicators being met integratively through transparency of sharia contract information, active listening, solution-oriented explanations, consistent maintenance, and simplification of banking language. Supporting factors included Ultimate Service operational standards, a routine clinical development program, a sharia-based organizational culture, and a structured evaluation system. Inhibiting factors included diverse customer characteristics, high queue volumes, frontline psychological fatigue, minimal use of visual aids, and technical system disruptions.*

Keywords: *Interpersonal communication, frontliner, customer trust, Indonesian Sharia Bank, DeVito's theory*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi interpersonal frontliner dalam menjaga kepercayaan nasabah serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Branch Manager, Branch Operational & Service Manager, Customer Service, Teller, Satpam, dan nasabah, serta observasi langsung di area banking hall. Landasan teori yang digunakan adalah teori komunikasi interpersonal Joseph A. DeVito (1997) dengan lima indikator, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal frontliner berjalan efektif dalam menjaga kepercayaan nasabah, di mana kelima indikator DeVito terpenuhi secara integratif melalui transparansi informasi akad syariah, active listening, penjelasan yang solutif, keramahan yang konsisten, serta penyederhanaan bahasa perbankan. Faktor pendukungnya meliputi standar operasional Ultimate Service, program coaching clinic rutin, budaya organisasi berbasis nilai syariah, dan sistem evaluasi terstruktur. Adapun faktor penghambatnya mencakup keberagaman karakteristik nasabah, tingginya volume antrean, kelelahan psikologis frontliner, minimnya pemanfaatan alat bantu visual, serta gangguan teknis sistem.*

Kata Kunci : *komunikasi interpersonal, frontliner, kepercayaan nasabah, bank syariah Indonesia, teori DeVito*

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia secara formal baru dimulai tahun 1992 yaitu sejak mulai berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1991 sebagai bank syariah pertama di tanah air yang memulai kegiatan operasinya pada bulan Mei 1992 dengan diberlakukannya Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit 16 Juli 2008. Maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang dapat mendorong pertumbuhan lebih cepat (Qur, n.d.).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang berbasis syariah, industri perbankan syariah di Indonesia terus berkembang. Salah satu lembaga yang berperan dalam menyediakan layanan perbankan syariah adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), termasuk BSI KCP Tangerang Malabar. Sebagai lembaga keuangan yang memberikan layanan langsung kepada masyarakat, BSI KCP Tangerang Malabar memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan yang profesional dan berkualitas kepada para nasabah.

Frontliner di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar yang terdiri dari customer service, teller, dan satpam tidak hanya melakukan tugas administratif, tetapi juga bertugas memberikan informasi, membantu proses transaksi, serta menyelesaikan keluhan dari pelanggan. Kondisi ini menjadikan frontliner sebagai bagian penting dalam pelayanan dan wajah langsung dari citra bank di mata para nasabah.

Kepercayaan nasabah sangat ditentukan oleh kinerja bank secara keseluruhan, termasuk kemampuan bank dalam mengelola keuangan secara prudent, transparan, dan sesuai dengan prinsip yang berlaku. Tantangan terbesar bagi perbankan saat ini bukan hanya soal menumbuhkan kepercayaan

di awal, melainkan bagaimana terus menjaga kepercayaan tersebut agar tetap stabil (Kumar, Sunil; Lochab, A.; Mishra, 2021).

Berdasarkan observasi awal pada 20 nasabah yang datang untuk transaksi, terlihat bahwa 6 nasabah meminta penjelasan ulang mengenai informasi yang diberikan oleh frontliner, 4 nasabah masih terlihat bingung, dan 7 nasabah memerlukan bantuan tambahan agar dapat memahami prosedur layanan. Sementara itu, hanya 3 nasabah yang langsung memahami penjelasan yang diberikan tanpa perlu klarifikasi tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para frontliner sangat penting untuk memastikan nasabah memahami informasi dengan baik dan membangun rasa percaya nasabah terhadap layanan perbankan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi interpersonal frontliner dalam menjaga kepercayaan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana komunikasi layanan frontliner dalam menjaga kepercayaan nasabah dalam layanan perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar? (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh frontliner dalam menerapkan komunikasi layanan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar?

Tinjauan Pustaka

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi interpersonal oleh Joseph A. DeVito (1997). DeVito mendeskripsikan komunikasi interpersonal sebagai suatu komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih yang satu sama lain memiliki dampak, serta terdapat kesepakatan agar bisa mencapai keinginan bersama. Komunikasi yang dilakukan sifatnya mendalam sebab komunikasi akan terjalin lebih intim jika komunikan dan komunikator saling memahami pesan yang disampaikan sehingga tercipta komunikasi yang efektif (Xiaojia et al., 2025).

Asumsi dasar dari teori komunikasi interpersonal Joseph A. DeVito menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dua arah dan dinamis, di mana setiap orang yang terlibat berperan sebagai pengirim dan penerima pesan sekaligus. DeVito menjelaskan bahwa cara berkomunikasi antar orang yang efektif dipengaruhi oleh beberapa ciri utama: (1) Keterbukaan, mengarah pada tiga aspek penting, yaitu komunikator terbuka terhadap komunikannya, bersedia memberikan umpan balik dengan jujur, serta mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkan merupakan miliknya. (2) Empati, yaitu keahlian seseorang untuk bisa mengerti apa yang saat itu terjadi atau dialami oleh orang lain. (3) Dukungan, hal penting dalam keefektifan suatu komunikasi karena mampu membina hubungan yang saling mendukung. (4) Rasa positif, harus ditumbuhkan dalam diri seseorang agar mampu memberikan motivasi pada orang lain untuk aktif berpartisipasi. (5) Kesetaraan, komunikasi interpersonal bisa lebih aktif dan efektif jika terdapat kesetaraan antar individu yang berinteraksi (Xiaojia et al., 2025).

Komunikasi layanan frontliner adalah proses saling bertukar informasi secara langsung dalam konteks layanan perbankan. Frontliner merupakan karyawan yang berada di posisi terdepan dalam pelayanan dan berinteraksi langsung dengan nasabah, seperti customer service, teller, dan satpam. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kiling (2016), frontliner digambarkan sebagai garda terdepan bank yang terlibat langsung dalam interaksi dengan nasabah serta membantu menyampaikan informasi yang jelas dan lengkap kepada nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat menciptakan pengalaman layanan yang baik.

Kepercayaan merupakan keyakinan nasabah terhadap kemampuan, kejujuran, dan konsistensi bank dalam memberikan layanan sesuai dengan harapan. Kepercayaan yang terbangun pada nasabah umumnya dapat dilihat melalui beberapa indikator, seperti rasa aman dalam bertransaksi, keyakinan terhadap keakuratan informasi yang diberikan, konsistensi pelayanan yang diterima, serta adanya sikap jujur dan transparan dari pihak bank. Dalam

sebuah penelitian yang membahas dampak layanan yang diberikan oleh staf depan dan strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah di bank Islam, ditemukan bahwa pelayanan yang baik dan komunikasi yang jelas dapat meningkatkan rasa percaya nasabah (Imanurrovi & Himmati, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain: penelitian Pradela Salsabila Sari & Ainun Ni'Matu Rohmah (2024) tentang komunikasi interpersonal customer service Lotte Grosir yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berperan penting dalam menciptakan pelayanan berkualitas; penelitian Damayanti Bunga Pertiwi Rasman dkk. (2024) tentang strategi komunikasi frontliner di Bank Tabungan Negara yang mengungkapkan bahwa strategi komunikasi yang baik dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat hubungan dengan nasabah; serta penelitian Raza, St-Onge, & Ali (2023) yang menemukan bahwa empati dan orientasi konsumen yang dimiliki frontliner berdampak positif terhadap kinerja mereka melalui tingkat kepercayaan nasabah.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivisme, yang memandang bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi dari individu-individu yang terlibat di dalamnya. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi interpersonal frontliner dalam menjaga kepercayaan nasabah.

Penelitian dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar yang berlokasi di Jl. Malabar, Tangerang. Waktu penelitian berlangsung dari Oktober 2025 hingga Juni 2026.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan para informan yang terdiri dari: (1) Branch Manager (Asep Saepul Malik Ibrahim); (2) Branch Operational & Service Manager (Andika Yudaputra); (3) Customer Service (Dinda Fauzia Jasrul); (4) Teller (Dhea

Salsabila Syifa); (5) Satpam (Kuswantoro); dan tiga nasabah aktif (Cita Maudia, Nada Syifa Aliefia, dan Rafika Mulyani). Data sekunder diperoleh dari dokumen internal bank, literatur ilmiah, dan sumber tertulis lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi langsung di area banking hall, dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian berupa panduan wawancara yang disusun berdasarkan lima indikator komunikasi interpersonal DeVito (1997): keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Teknik analisis data menggunakan model Miles & Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal frontliner di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar berjalan secara efektif dalam menjaga kepercayaan nasabah. Hal ini dapat dianalisis melalui lima aspek komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh DeVito (1997).

Tabel 1. Ringkasan Temuan Komunikasi Interpersonal Frontliner Dalam Menjaga Kepercayaan Nasabah

Aspek DeVito	Temuan Lapangan	Bukti Data	Makna Temuan
Keterbukaan	Frontliner menyampaikan rincian akad syariah, biaya, hak/kewajiban nasabah, dan risiko produk secara jujur tanpa ada yang disembunyikan.	Wawancara Asep Saepul Malik Ibrahim, Andika Yudaputra, Dinda Fauzia Jasrul, Dhea Salsabila Syifa, dan Nada Syifa Aliefia (2026)	Transparansi informasi operasional membangun rasa aman dan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah.
Empati	Frontliner menerapkan active listening, menggunakan kalimat konfirmasi dan permintaan maaf yang	Wawancara Asep Saepul Malik Ibrahim, Dinda Fauzia Jasrul, serta Cita Maudia (2026)	Kemampuan memahami situasi emosional nasabah meredakan ketegangan dan membuat nasabah merasa dihargai.

Aspek DeVito	Temuan Lapangan	Bukti Data	Makna Temuan
	tulus saat menghadapi kendala nasabah.		
Sikap Mendukung	Frontliner memberikan penjelasan deskriptif mengenai alasan tindakan operasional sehingga komunikasi berjalan solutif dan tidak menimbulkan kecurigaan.	Wawancara Dhea Salsabila Syifa dan Cita Maudia (2026) serta hasil observasi harian	Suasana komunikasi yang deskriptif dan solutif mencegah nasabah bersikap defensif selama proses transaksi.
Sikap Positif	Budaya komunikasi hangat ditunjukkan lewat pesan nonverbal yang konsisten: menyapa langsung, menjaga kontak mata, dan senyuman ramah.	Wawancara Dhea Salsabila Syifa, Kuswantoro, dan Rafika Mulyani (2026) serta hasil observasi	Stimulus nonverbal positif menciptakan kenyamanan psikologis dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank.
Kesetaraan	Frontliner memposisikan nasabah secara setara dengan menyederhanakan bahasa perbankan teknis menjadi bahasa sehari-hari yang mudah dipahami semua kalangan.	Wawancara Asep Saepul Malik Ibrahim dan Nada Syifa Aliefia (2026)	Penyederhanaan bahasa meruntuhkan sekat pengetahuan sehingga nasabah dari semua latar belakang merasa dihormati secara setara.

Kesimpulan

Frontliner (Satpam, Teller, dan Customer Service) di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar menerapkan komunikasi interpersonal humanistik yang berfokus pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan untuk menjaga dan memperkuat kepercayaan nasabah. Keterbukaan diterapkan melalui penyampaian informasi produk serta ketentuan akad syariah secara jujur dan transparan. Empati tercermin dari kemampuan petugas dalam melakukan active listening serta menggunakan tutur kata yang lembut dan menenangkan, khususnya saat melayani keluhan nasabah lanjut usia. Sikap mendukung diwujudkan melalui tindakan solutif seperti bantuan teknis operasional oleh Satpam dan layanan consultative

selling oleh Customer Service. Sikap positif ditunjukkan lewat konsistensi keramahan (senyum, sapa, salam) serta penyederhanaan istilah perbankan syariah menjadi bahasa sehari-hari yang mudah dipahami. Aspek kesetaraan diterapkan dengan memberikan perlakuan yang adil dan menyesuaikan tempo komunikasi secara fleksibel sesuai latar belakang serta karakteristik unik setiap nasabah.

Faktor pendukung utama meliputi adanya standar operasional prosedur pelayanan yang ketat berbasis Ultimate Service, pelaksanaan program coaching clinic dan roleplay interaktif secara rutin dalam morning briefing, serta internalisasi nilai-nilai syariah yang kuat dalam budaya kerja harian. Faktor penghambat mencakup keberagaman karakteristik demografi nasabah, tingginya volume antrean pada jam-jam sibuk, munculnya kelelahan psikologis petugas akibat beban kerja yang padat, minimnya pemanfaatan alat bantu visual di meja konter, serta adanya gangguan teknis sesaat pada sistem perbankan yang berpotensi memicu ketegangan dengan nasabah.

Saran praktis bagi manajemen Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Malabar adalah mengoptimalkan penyediaan alat bantu visual seperti brosur infografis interaktif atau tablet digital di meja konter pelayanan, memperhatikan kesehatan mental para petugas dengan mengatur sistem rotasi istirahat yang lebih fleksibel pada jam-jam sibuk, mengoptimalkan peran aktif Satpam untuk melakukan penyaringan awal antrean, serta menyediakan jalur antrean khusus bagi kelompok nasabah lanjut usia agar proses komunikasi layanan dapat berjalan dalam tempo yang lebih tenang dan inklusif.

Daftar Pustaka

- DeVito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia* (Edisi Kelima; A. Maulana, Penerj.). Jakarta: Professional Books.
- Fadlul Rohman, & Atika Atika. (2023). *Upaya Frontliner Untuk Meningkatkan Pelayanan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi*.

Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 1(2), 108-117.
<https://doi.org/10.30640/trending.v1i2.824>

Imanurrovi, F., & Himmati, R. (2023). Pengaruh Layanan Frontliner dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 7(2), 210-223.

Kiling, T. P. (2016). Peran Komunikasi Frontliner Dalam Meningkatkan Pelayanan Di PT BNI (Persero) Tbk Kantor Layanan Kawangkoan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(3).

Kurniawan, M. R., & Masruchin. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai-Nilai Syariah Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1), 193-205.

Maulana, R., & Adha, M. A. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Citarum dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 5(1), 8-15. <https://doi.org/10.24269/mjse.v5i1.11311>

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Perdana, D. A. (2019). Pelayanan Komunikasi Perbankan Dan Kepuasan Nasabah (Perspektif Komunikasi Islam). *Islamic Communication Journal*, 4(2), 226. <https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.2.3959>

Rasman, D. B. P., Gogali, V. A., & Hidayat, R. (2024). Strategi Komunikasi Frontliner Dalam Meningkatkan Pelayanan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Kelapa Gading Square. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(6), 270-282.

- Raza, B., St-Onge, S., & Ali, M. (2023). Frontline employees' performance in the financial services industry: The significance of trust, empathy and consumer orientation. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 527-549. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2022-0237>
- Roni, M., & Putro, H. K. (2024). Strategi Pelayanan Frontliner Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. *Journal of Sharia Economics*, 3(1), 18-39. <http://dx.doi.org/10.35896/jse>
- Sari, P. S., & Rohmah, A. N. (2024). Komunikasi Interpersonal Customer Service Lotte Grosir dalam Melayani Pelanggan di Kota Samarinda. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 90-106. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.434>