



Efektivitas kinerja frontliner terhadap cross selling produk livin' PT. Bank Mandiri area Sudirman Cabang Simprug Jakarta

ADENIA NURIA ANGGRAENI^{1*}, MAHADEWI

¹ Program Pendidikan Vokasi, Program Studi Pariwisata, Universitas Indonesia,; Depok, Jawa Barat, 16424, Indonesia;

*Korespondensi: adeniaanggraeni@gmail.com

Diterima: 28 Juli, 2024

Disetujui: 29 Agustus, 2024

ABSTRAK

Latar Belakang: Tugas Akhir ini membahas keefektifitasan komunikasi Cross-Selling terhadap peningkatan penjualan produk yang diterapkan PT Bank Mandiri yang merupakan Studi Deskriptif tentang efektivitas komunikasi penjualan terhadap kinerja service yang terdapat di Bank Mandiri. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. **Metode:** Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan tinjauan pustaka. **Temuan:** Berdasarkan penelitian di atas, Mutu pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi performa bank dikarenakan secara langsung berdampak pada penilaian kepuasan nasabah, makadari itu PT Bank Mandiri sangat memperhatikan atas pelayanan yang diberikan langsung kepada nasabah dan memiliki kualitas standard service (SOP) tersendiri. **Kesimpulan:** Strategi Cross-Selling Frontliner yang diterapkan dengan cara mengedukasi nasabah mengenai produk Bank Mandiri memiliki dampak positif dikarenakan memudahkan nasabah untuk memilih dan mengetahui kelebihan produk yang sesuai dengan kebutuhan.

KATA KUNCI: cross selling; kualitas service; komunikasi; penjualan.

ABSTRACT

Background: This final project discusses the effectiveness of Cross-Selling communication to increase product sales implemented by PT Bank Mandiri which is a Descriptive Study of the effectiveness of sales communication on service performance at Bank Mandiri. This research is a qualitative research with a descriptive design. **Methods:** The method used is the method of data collection. **Findings:** Based on the research above, service quality is one of the things that is very important for bank performance because it directly impacts on assessing customer satisfaction, therefore PT Bank Mandiri is very concerned about the services provided directly to customers and has its own quality standard service (SOP). **Conclusion:** The Cross-Selling Frontliner strategy implemented by educating customers about Bank Mandiri products has a positive impact because it makes it easier for customers to choose and find out the advantages of products that suit their needs.

KEYWORDS: communication; cross selling; sales; service quality.

1. Pendahuluan

Industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang terus berkembang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi

Cara Pengutipan:

Anggraeni, A. N. & Mahadewi, M. (2024). Efektivitas kinerja frontliner terhadap cross selling produk livin' PT. Bank Mandiri area Sudirman Cabang Simprug Jakarta. *Gender, Human Development, and Economics*, 1(2), 113-129. <https://doi.org/10.61511/ghde.v1i2.2024.1297>

Copyright: © 2024 dari Penulis. Dikirim untuk kemungkinan publikasi akses terbuka berdasarkan syarat dan ketentuan dari the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perekonomian yang bersifat produktif. Dunia perbankan mengikuti kegesitan perkembangan zaman yang dimana saat ini kita berada di era Revolusi Industri 4.0 yang disebut juga sebagai era digitalisasi/cyber physical system (cps). Revolusi Industri 4.0 atau "cyber physical system" adalah fenomena di mana teknologi cyber dan teknologi otomatisasi bekerja sama. Ini membawa perubahan dalam berbagai sektor, termasuk mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manusia dan meningkatkan efisiensi produksi melalui penggunaan mesin teknologi (pasla.jambiprov, 2023).

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk adalah sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang menyediakan berbagai macam produk & jasa keuangan. Munculnya pandemi COVID-19 atau Virus Corona mampu melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. Tak bisa dipungkiri virus COVID-19 mempengaruhi tatanan perekonomian Indonesia. Disimpulkan mengenai perkembangan zaman, zaman dahulu dan sekarang sangat berbeda dikarenakan dengan persaingan ketat, sekarang bank sudah merajalela sehingga jika dulu nasabah yang mencari bank, saat ini bank yang mencari nasabah. Maka dari itu, Bank juga perlu menyesuaikan kemajuan antar bank dan memenuhi harapan nasabah yang menuntut akses real-time 24/7 layanan perbankan produk/jasa. Pada era perkembangan informasi yang sangat pesat sekarang ini perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi, konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan.

Pencabutan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menjadi bonus bagi para pelaku bisnis, termasuk industri perbankan dalam menghadapi potensi resesi global di tahun 2023. Dengan pencabutan PPKM, operasional bisnis perbankan dapat dilakukan dengan lebih leluasa dikarenakan sudah tidak adanya pembatasan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menentukan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan nasabah, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dan menciptakan relasi yang baik untuk jangka panjang (loyalitas). Nasabah memiliki peran penting dan besar dalam pendapatan sebuah bank, hal ini secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap eksistensi perbankan itu sendiri. Kesempatan berhubungan secara langsung dengan nasabah yang cukup besar dapat digunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya (di samping maksud dan tujuan awal nasabah) dalam rangka Cross Selling (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Untuk melakukan hal tersebut diperlukan kemampuan komunikasi yang baik, dan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi kepada nasabah yang bukanlah perkara mudah, namun juga bukanlah perkara yang sulit (Alma B.dan Fandi T.,2016).

Frontliner adalah salah satu jabatan yang cukup penting bagi kesuksesan perusahaan dikarenakan mereka mewakili wajah atau suara bisnis dan menjadi yang pertama untuk berinteraksi dengan para customer. Profesi ini bertugas untuk menciptakan lingkungan yang positif bagi pelanggan. Penjualan produk dan layanan perbankan untuk nasabah dapat dilakukan dengan berbagai macam variasi seperti contoh promosi melalui iklan (surat, sosial media, brochure, majalah, tv, dsb) dan cross selling. Menurut Lovelock (2011) untuk dapat mempererat pemasaran hubungan dengan melalui cross-selling atau bundling, menciptakan loyalty reward dan membangun ikatan yang lebih tinggi yaitu ikatan sosial (customer bonding). Cross selling adalah suatu tindakan yang bisa mendorong pelanggan untuk membeli produk pelengkap lain sebagai additional purchase atau pembelian tambahan di mana strategi ini sangat diharapkan untuk mempercepat pertumbuhan produksi. Cross selling di design untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mengurangi kemungkinan berpindahnya nasabah ke perusahaan lain. Bank Mandiri memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan dimensi pelayanan yaitu Tangible (langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati).

Dari uraian tersebut, penulis mengangkat judul dalam penulisan laporan ini yaitu “Efektivitas Kinerja Frontliner terhadap Cross Selling Produk Livin’ PT Bank Mandiri Area Sudirman Cabang Simprug Jakarta”.

2. Metode

Penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif serta menggunakan 3 (tiga) teknik pengumpulan data, yaitu studi pustaka, observasi dan wawancara. Metode ini digunakan penulis untuk menyusun TKA saat magang di Bank Mandiri.

2.1 Jenis Penelitian

2.1.1 Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian, yang berupa kata - kata lisan maupun tertulis yang didapatkan dari fenomena orang - orang yang dapat diamati. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang dapat dijabarkan secara luas Moleong (2014:4).

2.1.2 Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan salah satu penelitian yang ditujukan untuk menjabarkan atau mendeskripsikan fenomena fenomena yang terjadi, baik fenomena buatan manusia maupun fenomena alamiah yang menyinggung, antara lain; perubahan, hubungan, aktifitas, karakteristik, kesamaan, dan kelainan dari fenomena satu dengan lainnya. (Sukmadinata, 2017:72).

2.1.3 Penelitian Studi Kasus

Penelitian Studi Kasus adalah sebuah inkuiri empiris yang menganalisis dan menyelidiki fenomena yang terjadi pada kehidupan nyata. Yang mana studi kasus tersebut dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Yin (2013:18).

2.2 Teknik Pengumpulan Data

2.2.1 Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati suatu peristiwa dengan secara langsung atau tidak langsung. Menurut ahli observasi adalah pencatatan atau pengamatan secara struktur dan sistematis terhadap objek penelitian. (Widoyoko, 2014:46). Penulis melakukan observasi pada saat magang di Bank Mandiri KCP Simprug. Objek yang penulis amati adalah strategi transaksi cross selling.

2.2.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2020:114), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2.2.3 Angket

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2.2.4 Studi Literatur

Studi Literatur atau juga disebut studi perpustakaan merupakan sebuah studi yang dilakukan peneliti dengan cara mengumpulkan sejumlah jurnal, artikel hingga majalah yang bersinggungan dengan tujuan dan masalah penelitian. Studi literatur secara garis besar menguji ketersinggungan masalah penelitian yang sebelumnya sudah diteliti oleh individu maupun kelompok (Danial dan Warsiah 2009:80).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi Kualitas Pelayanan Frontliner

Strategi adalah sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan juga rangkaian yang bisa bersatu menjadi suatu kesatuan yang utuh. Setiap perusahaan membutuhkan strategi agar bisnisnya dapat berkembang, Hal ini menjadi fokus utama yang mendorong setiap lembaga keuangan untuk meningkatkan tujuan utamanya berdasarkan prinsip dan kepuasan nasabah. Perusahaan dengan kegiatan operasional yang berhubungan langsung dengan konsumen harus mempunyai prinsip “consumer oriented” dimana konsumen ditempatkan sebagai prioritas utama. Berdasarkan rumusan masalah yang muncul, penulis melakukan wawancara pada 2 orang yaitu Rosi Yusika yang menjabat sebagai Teller Coordinator di Bank Mandiri KCP Simprug & Nendah Cantika yang menjabat sebagai Customer Service sekaligus merupakan PIC (Person In Charge) Service di Bank Mandiri KCP Simprug.

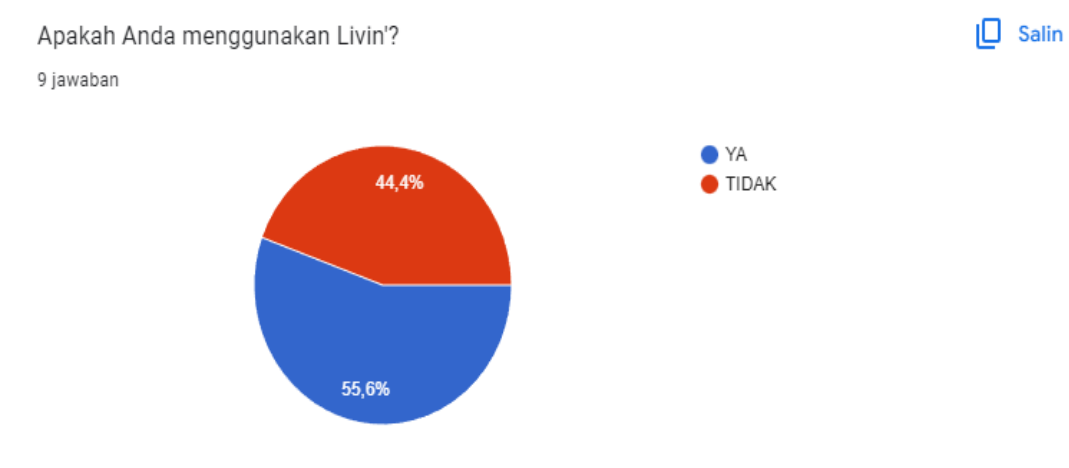
Berdasarkan wawancara, cara mengidentifikasi perihal kebutuhan perbankan seperti mobile banking, penulis mendapatkan jawaban bahwa dalam proses Cross Selling ini tentunya bank akan memberikan kualitas pelayanan yang baik diikuti dengan memperkenalkan dan menawarkan sebagai produk dan layanan yang memiliki bank kepada masyarakat yang sudah menjadi nasabah dan menawarkan update produk rekening mereka seperti mendaftarkannya ke Livin' by Mandiri yang merupakan mobile banking official Bank Mandiri. Proses terjadinya Cross Selling yaitu dimulai dengan menerapkan CRM (Customer Relationship Management) sehingga terciptanya pemahaman akan kebutuhan perbankan nasabah.

Secara umum, tugas Frontliner Bank adalah untuk membina serta mempertahankan hubungan dengan nasabah yang sudah ada dan menarik nasabah-nasabah baru. Kelanjutan proses Cross-Selling setelah memperkenalkan produk mobile banking yaitu adalah membina nasabah dalam pembukaan rekening. Maka dari itu, penulis dapat menyimpulkan melalui pernyataan kedua informan bahwa upaya frontliner yaitu membantu nasabah memproses hingga akhir/terbentuk rekening siap dipakai, terkecuali untuk frontliner teller dapat dibantu dengan seorang banking hall ambassador yang standby jikalau terdapat antrian penuh menunggu transaksi. Banking Hall Ambassador adalah salah satu pegawai bank yang membantu dalam mengelola lingkungan bank hall untuk mengalihkan pelanggan dalam antrian dan loket, dan membantu dalam promosi perbankan otomatis untuk memberikan layanan profesional dan efektif berstandar tinggi, di mana dengan meningkatkan waktu tunggu pelanggan secara keseluruhan.

Terlepas dari pengenalan dan penawaran produk maupun pendampingan pembuatan rekening. Salah satu faktor awal dari persetujuan produk terdapat pada banyaknya benefit yang didapat. Perkembangan zaman menuntut perbankan untuk beradaptasi sesuai dengan generasi. Terlebih lagi dorongan untuk go-digital seusai pandemi covid yang melanda

seluruh dunia, makin maraknya pengguna mobile banking. Berdasarkan penelitian, penulis dapat memaparkan benefit yang dijelaskan para frontliners mengenai mobile banking dan mengapa nasabah akan mendapatkan banyak benefit dari pembukaan rekening digital tersebut. Berikut benefit aplikasi Mobile Banking Livin' by Mandiri : [a] Instant dan Simple, melakukan transfer sesama Mandiri/antarbanc mungkin sudah umum dapat dilakukan oleh mobile banking manapun. Namun, Livin' by Mandiri menghadirkan fitur untuk transfer ke luar negeri. [b] Multifungsi, selain untuk transfer saja, Livin' by Mandiri dapat membayar tagihan, top up e-wallet, bahkan melakukan penarikan uang dari ATM tanpa harus menggunakan kartu debit fisik. [c] Nasabah Eksisting sekarang dapat membuka rekening tabungan secara mandiri tanpa perlu repot-repot datang ke cabang dan untuk proses pembuatan sangat cepat. [d] Biaya, pembukaan di cabang mengharuskan setoran awal min Rp500 ribu dan biaya admin perbulan yg cukup mahal yaitu Rp12.500 dibandingkan dengan rekening online yang hanya memiliki biaya admin sebesar Rp5.000 dan setoran awal cukup Rp50 ribu saja. Biaya saldo mengendap dalam rekening di cabang min Rp100 ribu, sedangkan untuk rekening online Rp10 ribu. [e] Riwayat Transaksi, generasi sekarang dimana semua instant, nasabah mayoritas sudah tidak mepedulikan buku tabungan dikarenakan dengan buku tabungan untuk melihat Riwayat transaksi harus ke cabang untuk printout sedangkan untuk rekening online sudah terpapar secara otomatis Riwayat transaksi dalam aplikasi mobile banking dan dapat di download.

Untuk mengetahui tanggapan dari sisi nasabah, penulis juga melakukan survey berupa kuesioner melalui g-form pada 9 nasabah dengan menerapkan penelitian TERRA (Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance). Berikut hasil penelitian dari 9 nasabah dimana mayoritas diantaranya menggunakan mobile banking (Livin' by Mandiri) :



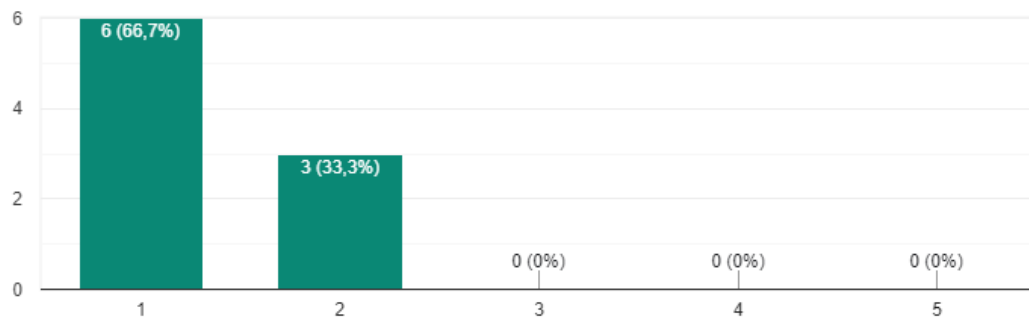
Gambar 1. Hasil kuesioner persentasi pengguna mobile banking livin' (Olahan Penulis)

Pertama-tama, untuk melanjutkan sistem promosi penjualan produk menggunakan metode cross-selling, didasarkan seperti wawancara yang penulis lakukan, Informan 2 mengatakan bahwa hal terpenting untuk melakukan cross-selling adalah CRM (Customer Relationship Management). CRM (Customer Relationship Manager) adalah strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi. Maka dari itu, pentingnya untuk mengidentifikasi/menanyakan nasabah terlebih dahulu tentang telat/belumnya menggunakan rekening online. Disimpulkan dari hasil kuesioner penggunaan mobile banking Livin' by Mandiri mayoritas (55,6%) telah menggunakan rekening online.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug berpenampilan sopan dan santun



9 jawaban



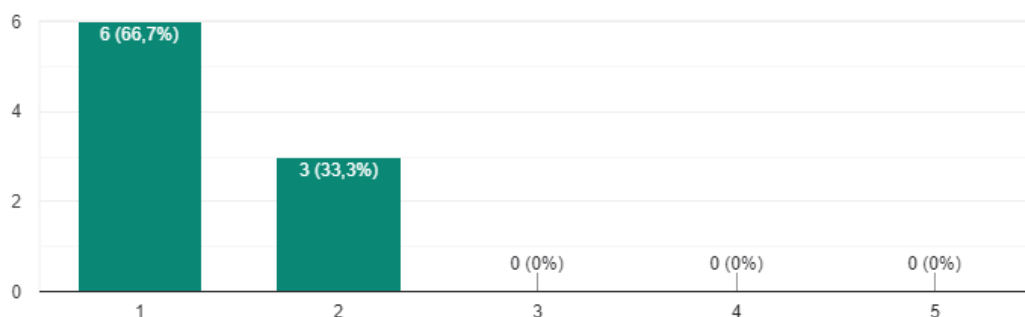
Gambar 2. Hasil kuesioner tangible
(Olahan Penulis)

Tangible, menggambarkan segala sesuatu yang bersifat tangible dan mempengaruhi ekspektasi kualitas pelayanan kepada nasabah seperti kerapihan tempat kerja, kelengkapan fasilitas bagi pelanggan dan penampilan fisik frontliners. Kepuasan nasabah dapat bersifat subjektif, maka aspek bukti fisik/tangible dinilai penting untuk mengukur pelayanan, nasabah dapat mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan melalui hal nyata seperti lingkungan dan penampilan pegawai. Perbandingan antara skala 1-5 sangatlah jauh, mayoritas responden mengisi puas akan penampilan fisik frontliners. 6 responden (66,7%) menilai sangat baik dan 3 responden (33,3%) menilai baik. Frontliner mempunyai peran penting bagi bisnis dikarenakan mereka berada di garda terdepan yang membawa nama baik atau citra perusahaan. Cara berpakaian yang rapi, menarik atau good looking, dan sifat yang ramah akan membuat pelanggan merasa puas pada layanan bank. Selain itu, manfaat grooming bagi perusahaan dapat membuat citra perusahaan lebih baik dikarenakan hal tersebut dapat membuat konsumen/nasabah merasa dihargai dan berimbas pada image perusahaan menjadi positif.

Tempat melakukan cross selling nyaman



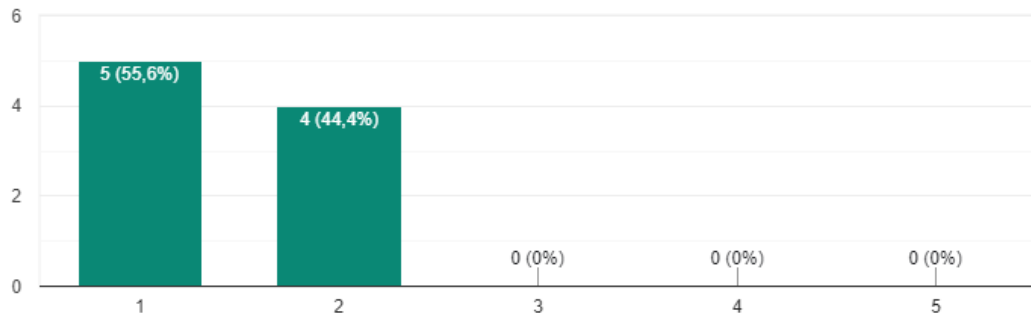
9 jawaban



Gambar 3. Hasil kuesioner tangible
(Olahan Penulis)

Berdasarkan survey diatas, responden menilai bahwa keamanan, kenyamanan, kerapian, dan kebersihan Bank Mandiri KCP Simprug dinilai puas. Dapat dinilai bahwa skala yang terisi Sangat Baik (6 orang 66,7%) dan Baik (3 orang 33,3%). Kedua survey diatas mengenai Tangibles menunjukkan bahwa responden/nasabah mayoritas memilih sangat baik-baik terhadap indikator mengenai kenyamanan melakukan pelayanan cross selling dan penampilan karyawan frontliner bank.

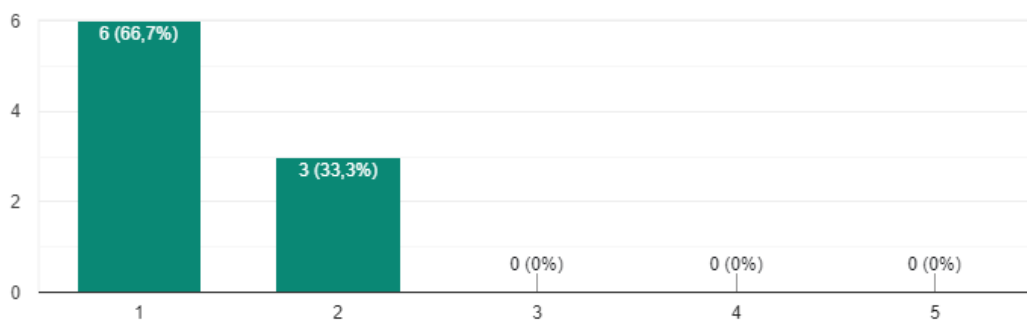
Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug memberikan pelayanan yang baik dan menarik Salin
 9 jawaban



Gambar 4. Hasil kuesioner empathy (Olahan Penulis)

Empathy, menggambarkan perhatian perusahaan kepada pelanggannya. Gunawan, et al (2019) menyatakan bahwa empati merupakan bentuk dari perusahaan memahami masalah para konsumen dan bertindak untuk kepentingan konsumen. Tidak berbeda dengan Tangible, survey membuahkan hasil bahwa mayoritas responden puas akan pelayanan yang diberikan kepada nasabah. 5 responden menilai sangat baik (55,6%) dan 4 responden menilai baik (44,4%). Berdasarkan wawancara dengan kedua informan, dapat dilihat mereka melayani nasabah dengan akurat, ramah, informatif dan jelas. Seperti contoh, frontliners menerapkan SOP dengan baik yaitu tersenyum dan meninggalkan salam yang baik seperti "Hati-Hati di Jalan Bapak/Ibu". Selain itu, SOP bagi frontliner Bank Mandiri juga mengharuskan untuk menyebut nama nasabah setidaknya 1 kali dalam menjalani kebutuhan nasabah. Hal tersebut akan lebih membuat nasabah merasa nyaman dan otomatis menjadi dekat.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug tidak diskriminatif (membeda-bedakan) Salin
 9 jawaban



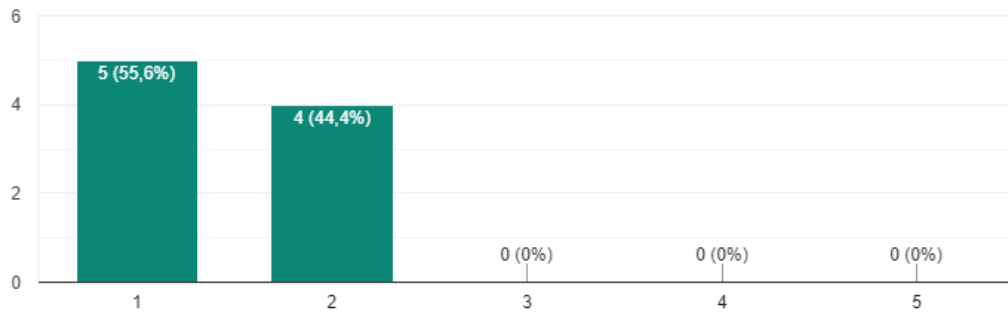
Gambar 5. Hasil kuesioner empathy (Olahan Penulis)

Dapat dilihat dari pertanyaan survey kedua mengenai empati, terbukti bahwa frontliners Bank Mandiri KCP Simprug tidak diskriminatif/melayani semua nasabah dengan sepenuh hati. 6 responden (66,7%) menilai sangat baik dan 3 responden (33,3%) menilai dengan skala baik. Pelayanan pegawai frontliner Bank Mandiri KCP Simprug dinilai sesuai dengan prosedur yang tersedia sehingga dapat mengantisipasi situasi atau keadaan yang tidak terduga sekaligus sebagai acuan melaksanakan pekerjaan tanpa keraguan. Seperti contoh, jika ada nasabah dari luar negeri yang tidak dapat berbahasa Indonesia, frontliners Bank Mandiri KCP Simprug akan tetap berusaha untuk menciptakan komunikasi 2 arah.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug tanggap akan kebutuhan perbankan nasabah



9 jawaban



Gambar 6. Hasil kuesioner responsiveness (Olahan Penulis)

Menurut Tjiptono (2014), daya tanggap (responsiveness) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan daya tanggap. Secara singkat, responsiveness menggambarkan bentuk tindakan yang responsif dan tepat waktu kepada pelanggan. Terdapat empat indikator daya tanggap menurut Tjiptono (2014), yaitu sebagai berikut : [a] kepastian waktu penyampaian jasa dengan jelas, [b] layanan yang segera/cepat, [c] karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan, [d] sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.

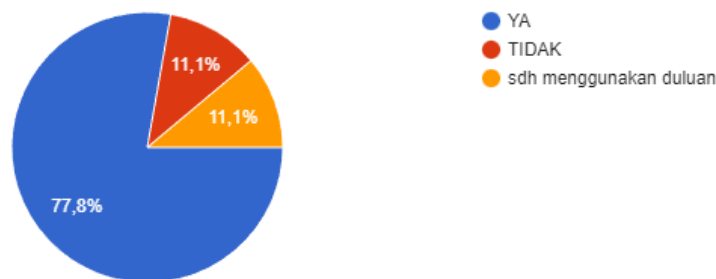
Survey menyatakan bahwa frontliners Bank Mandiri KCP Simprug mayoritas tanggap akan melakukan transaksi cross-selling, dilihat dari pertanyaan mengenai skala ketanggapan akan kebutuhan perbankan nasabah atau tidak dinilai tanggap. 5 responden (55,6%) menilai dari skala 1-5, dinilai 1 yaitu sangat baik. Lalu 4 responden (44,4%) lainnya menilai 2 atau baik.

Penulis mengajukan pertanyaan kepada 9 nasabah mengenai cross-selling mobile banking dan mayoritas menyatakan “YA” dengan persentase sebanyak 77,8% dan yang menjawab “TIDAK” atau “LAINNYA” hanya 11,1%. Berikut hasil persentase yang didapat penulis:

Apakah para frontliner menawarkan Anda untuk mendigitalkan rekening seperti contoh mobile banking Livin' by Mandiri?



9 jawaban



Gambar 7. Hasil kuesioner responsiveness (Olahan Penulis)

Kecepatan akan melayani nasabah termasuk kedalam nilai responsiveness kualitas pelayanan. Sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang berlaku untuk bagian Teller, durasi transaksi tidak lebih dari 2 menit (mulai dari nasabah menyerahkan form

transaksi). Berdasarkan kuesioner, penulis dapat menyimpulkan bahwa frontliner Bank Mandiri KCP Simprug telah melakukan kecepatan durasi transaksi sesuai dengan SOP dikarenakan mayoritas responden menyatakan skala 2 (BAIK) dengan persentase sebesar 55,6% (5 responden).



Gambar 8. Hasil kuesioner responsiveness (Olahan Penulis)

Rosalia dan Purnawati (2018), Reliability adalah bagaimana kemampuan perusahaan yang memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi tinggi. Secara singkat, reliability menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada pelanggan. Terdapat lima indikator reliability menurut Tjiptono (2014) yaitu sebagai berikut : [a] bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti direalisasikan, [b] simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah, [c] jasa disampaikan dengan sesuai waktu yang dijanjikan dan benar semenjak awal, [d] sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.



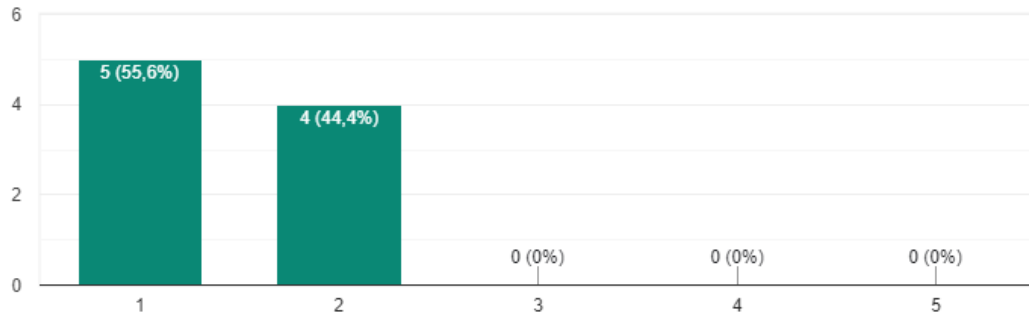
Gambar 9. Kuesioner reliability (Olahan Penulis)

Dengan dilakukannya transaksi cross selling dalam bank, survey menunjukkan bahwa hal tersebut terbukti sangat membantu dalam memudahkan nasabah memenuhi kebutuhan perbankan mereka yang mungkin tak pernah terlihat dalam pengawasan. Berdasarkan hasil

persentase yang didapat, nasabah menilai 5/sangat diuntungkan dengan adanya sistem cross-selling.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug dalam memberikan informasi dengan tepat dan akurat [Salin](#)

9 jawaban

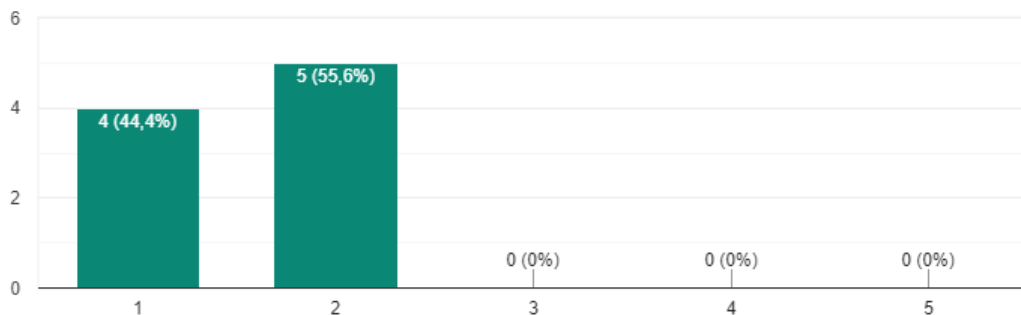


Gambar 10. Kuesioner reliability (Olahan Penulis)

Dalam menerapkan Cross-Selling untuk menarik minat nasabah, diperlukannya skill komunikasi yang baik. Selain untuk menunbuhkan citra perusahaan, dengan memiliki skill komunikasi nasabah dapat dengan jelas memahami dan menangkap intruksi yang dijelaskan para frontliner. Berdasarkan hasil survey diatas, skill komunikasi dan sikap informatif frontliner Bank Mandiri KCP Simprug dinilai sudah bagus dikarenakan penilaian mayoritas mengisi Sangat Setuju dengan persentase 55,6%. Terlebih lagi, dinyatakan juga oleh informan 2, bahwa saat melakukan cross-selling para frontliner harap menggaris bawahi keharusan untuk memberi tahu informasi dan benefit dari produk yang ditawarkan.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug informatif mengenai produk yang ditawarkan [Salin](#)

9 jawaban



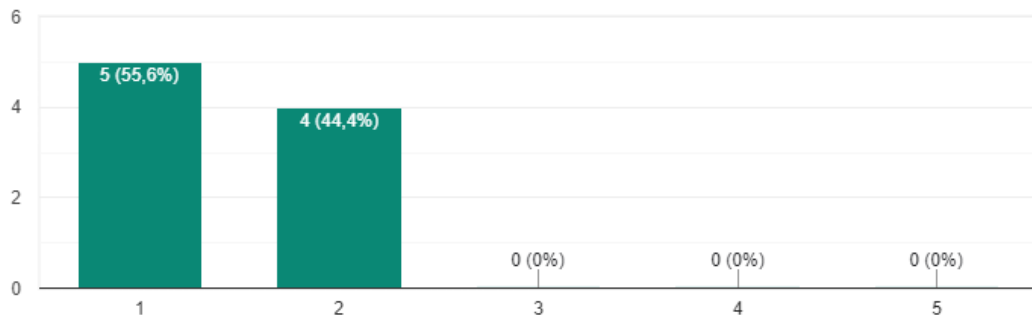
Gambar 11. Kuesioner reliability (Olahan Penulis)

Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa Bank Mandiri KCP Simprug sudah memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya dengan persentase yang terisi antara skala 1-5, mayoritas 1 dan 2 yang menunjukkan skala SANGAT BAIK & BAIK. Dengan itu, Bank Mandiri harus mempertahankan atau bahkan meningkatkan rasa aman/percaya yang diberikan kepada nasabah karena bentuk kepastian sangat berpengaruh bagi kepuasan dan keyakinan nasabah dalam memilih jasa perbankan.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug jaminan durasi pelayanan



9 jawaban



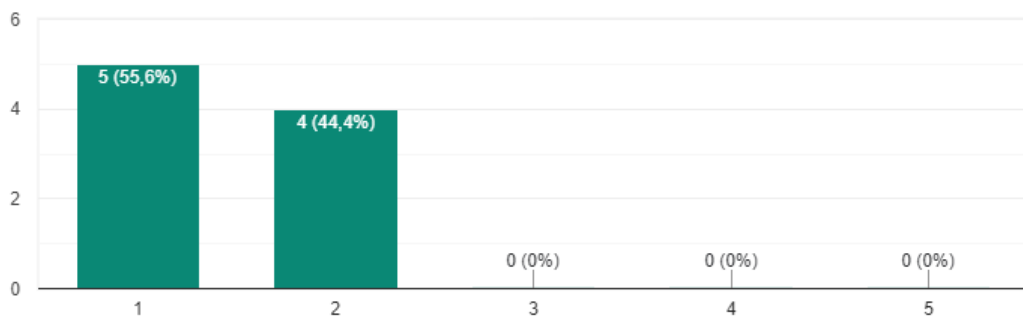
Gambar 12. Hasil kuesioner assurance (Olahan Penulis)

Tjiptono (2014) mengatakan bahwa jaminan (assurance) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Assurance, menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata nasabah melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani. Terdapat empat indikator jaminan menurut Tjiptono (2014), yaitu : [a] karyawan terpercaya, [b] perasaan aman bertransaksi dengan karyawan penyedia jasa, [c] karyawan bersikap sopan pada para pelanggan, [d] karyawan berpengetahuan luas.

Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug jaminan kepastian biaya mengenai produk



9 jawaban



Gambar 13. Hasil kuesioner assurance (Olahan Penulis)

Dapat disimpulkan bahwa Frontliners Bank Mandiri KCP Simprug memberikan rasa aman dan keyakinan kepada para nasabah, dilihat dari persentase jaminan durasi pelayanan yang dapat memberikan kesan pada nasabah bahwa mereka menguasai jobdesk mereka (persentase hasil mayoritas memilih “SANGAT BAIK” sebanyak 5 responden (55,6%)) dan saat melakukan transaksi cross-selling frontliners Bank Mandiri KCP Simprug juga memberikan jaminan kepastian mengenai produk yang ditawarkan menurut survey nasabah (mayoritas memilih “SANGAT BAIK” dengan persentase 55,6% (5 responden)). Selain dari grafik survey nasabah, dapat disimpulkan juga dari jawaban kedua informan dari wawancara yang dilakukan penulis, mereka mengatakan bahwa mereka menjelaskan benefit secara detail dan membantu nasabah dari awal proses hingga akhir terbuatnya produk yang ditawarkan.

3.2 Kendala Cross-Selling Livin' by Mandiri

Banyaknya benefit yang ditemukan diatas, semua tidak akan luput dari kendala. Penulis berharap faktor-faktor yang penghambat penggunaan layanan mobile banking dapat membantu perkembangan, khususnya pihak perbankan untuk memaksimalkan penggunaan produk layanan mobile banking, seperti memberikan edukasi dan inovasi yang efektif untuk para nasabah baik yang sudah maupun yang belum menggunakan layanan mobile banking. Dapat disimpulkan dari sisi nasabah bahwa mayoritas nasabah menolak/ragu akan pembukaan rekening online adalah karena alasan berikut : [a] kewajiban untuk melakukan penyetoran secara langsung, [b] handphone tidak memadai, [c] kecemasan akan hacker.

Dari sisi frontliner, kendala yang dialami adalah ketidaksesuaian data dengan dukcapil dan antrian panjang sehingga nasabah harus diarahkan kepada Banking Hall Ambassador. Namun diantara alasan kendala dari sisi nasabah yang terjabar diatas, sudah terdapatnya solusi yaitu sebagai berikut : [a] Untuk pembukaan rekening online tidak wajib untuk melakukan penyetoran secara langsung, melainkan diberi batas waktu selama 90 hari untuk menjaga rekening tetap aktif tanpa saldo. [b] Jika handphone tidak memadai, frontliners akan tetap mengedukasi dan menyarankan untuk menggunakan hp lainnya yang memadai. Namun, jika belum ada handphone yang memadai, frontliners akan memberikan brosur atau kontak telepon Bank Mandiri official sehingga nasabah dapat sewaktu-waktu menghubungi saat memerlukan bantuan melakukan pembukaan rekening online. [c] Seperti yang sedang marak akan hacker, Livin by Mandiri memiliki fitur OTP (One Time Password) dan juga face recognition maupun fingerprint. Untuk meminimalisir adanya kekhawatiran akan hacker alangkah baiknya jika nasabah mengecek Riwayat transaksi, jangan beri tahu password log-in aplikasi Livin' pada siapapun, dan hindari membuka link anonymous yang mencurigakan.

PT. Bank Mandiri Tbk, dalam hal ini adalah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Simprug mempunyai data yang men-track kenaikan/penurunan penjualan produk yang terjadi dan menamainya "Simprug Juara". Data ini diisi oleh seluruh pegawai Bank Mandiri KCP Simprug. Penulis membatasi produk penjualan pada produk rekening online "Livin' by Mandiri".

REPORT SIMPRUG JUARA "LIVIN' BY MANDIRI" PERIODE MARET 2023						
NAMA	REKENING TAB (Now)		New Livin'		Total	
	Inisial	Hasil	Poin	Hasil		Poin
ANA		25	25	25	25	50
ATY		90	90	90	90	180
AS		24	24	24	24	48
AN		40	40	40	40	80
BW		16	16	16	16	32
DNG		26	26	26	26	52
HTN		51	51	51	51	102
MHT		0	0	0	0	0
NC		36	36	36	36	72
NGH		0	0	0	0	0
AM		16	16	16	16	32
RP		16	16	16	16	32
RS		32	32	32	32	64
WK		22	22	22	22	44
						788

Gambar 14. Periode simprug juara (livin' by mandiri) periode maret 2023 (Group WhatsApp Bank Mandiri KCP Simprug, 2023)

Berdasarkan table diatas, transaksi Cross Selling pada bulan Maret 2023 berjalan dengan lancar dan konsisten. Menurut hasil observasi penulis, melihat kondisi keramaian cabang pada bulan Maret tergolong cukup ramai dan kondusif dikarenakan penyambutan hari Lebaran dan percepatan gaji oleh perusahaan-perusahaan tertentu. Maka dari itu,

banyak wajah baru yang datang ke cabang dan merekapun menjadi target transaksi Cross-Selling.

REPORT SIMPRUG JUARA "LIVIN' BY MANDIRI" PERIODE APRIL 2023					
NAMA	REKENING TAB (Now)		New Livin'		Total
Inisial	Hasil	Poin	Hasil	Poin	
ANA	11	11	11	11	22
ATY	66	66	66	66	132
AS	11	11	11	11	22
AN	5	5	5	5	10
BW	5	5	5	5	10
DNG	13	13	13	13	26
HTN	7	7	7	7	14
MHT	0	0	0	0	0
NC	35	35	35	35	70
NGH	0	0	0	0	0
AM	20	20	20	20	40
RP	0	0	0	0	0
RS	19	19	19	19	38
WK	20	20	20	20	40
RAG	4	4	4	4	8
					432

Gambar 15. Periode simprug juara (livin' by mandiri) periode april 2023 (Group WhatsApp Bank Mandiri KCP Simprug, 2023)

Berbeda dengan bulan Maret dapat dilihat dari data diatas terjadi penurunan hasil cross selling penambahan rekening online/Livin' by Mandiri dari periode Maret-April sebanyak 178 rekening. Menurut Informan 1, hal tersebut tersebut diduga akan menjelang bulan Lebaran sehingga kekhawatiran nasabah akan hacker meningkat dan kegiatan frontliners tidak dapat selalu melakukan transaksi cross selling dikarenakan ramainya antrian di cabang untuk penukaran uang baru. Alasan tersebut didukung oleh fakta bahwa nasabah lama dan regular yang biasanya datang ke cabang pada bulan ini sehingga dinilai sudah mayoritas ditawarkan produk pembukaan rekening online.

REPORT SIMPRUG JUARA "LIVIN' BY MANDIRI" PERIODE 02-12 MEI 2023					
NAMA	REKENING TAB (Now)		New Livin'		Total
Inisial	Hasil	Poin	Hasil	Poin	
ANA	7	7	7	7	14
ATY	25	25	25	25	50
AS	11	11	11	11	22
AN	7	7	7	7	14
BW	6	6	6	6	12
DNG	12	12	12	12	24
HTN	11	11	11	11	22
MHT	0	0	0	0	0
NC	39	39	39	39	78
NGH	0	0	0	0	0
AM	14	14	14	14	28
RP	0	0	0	0	0
RS	9	9	9	9	18
WK	7	7	7	7	14
RAG	9	9	9	9	18
					314

Gambar 16. Periode simprug juara (livin' by mandiri) periode 02-12 Mei 2023 (Group WhatsApp Bank Mandiri KCP Simprug, 2023)

Namun dapat dilihat pada bulan Mei sudah mulai meningkat dilihat dari 2 minggu pertama sudah mencapai 314 rekening online. Berdasarkan hasil observasi pengamatan penulis, transaksi cross selling frontliner alangkah baiknya jika dilakukan pada awal bulan. Hal tersebut dilakukan agar mengantisipasi keramaian cabang di akhir tahun yang menyebabkan ketidakpastian akan waktu transaksi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai Strategi Kualitas Pelayanan Cross-Selling Frontliner Bank Mandiri KCP Simprug, maka dapat disimpulkan bahwa : [a] Strategi Pelayanan TERRA (Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance) Frontliners di Bank Mandiri KCP Simprug sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang berlaku. Nasabah terbukri puas terhadap penampilan maupun lingkungan/tempat (Tangible (Bukti Fisik)), para nasabah merasa telah dilayani dengan akurat, ramah, informatif dan jelas (Empati (Empathy)). Lalu, Frontliners Bank Mandiri KCP Simprug melayani nasabah dengan cepat, antusias, dan memiliki product knowledge yang baik (Responsiveness) sekaligus bertanggung jawab dan dengan sepenuh hati akan membantu kebutuhan perbankan nasabah dengan akurat (Reliability). Frontliners Bank Mandiri KCP Simprug memberikan rasa aman dan keyakinan kepada para nasabah (Assurance). Hal tersebut memberikan kesan pada nasabah bahwa mereka menguasai jobdesk mereka. [b] Kendala yang dialami nasabah maupun frontliners dalam transaksi cross-selling dinilai sudah memiliki solusi untuk permasalahan yang muncul.

Kontribusi Penulis

Semua penulis berkontribusi penuh atas penulisan artikel ini.

Pendanaan

Penelitian ini tidak mendapat sumber dana dari manapun.

Pernyataan Dewan Peninjau Etis

Tidak berlaku.

Pernyataan Persetujuan yang Diinformasikan

Tidak berlaku.

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Akses Terbuka

©2024. Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi International Creative Commons Attribution 4.0, yang mengizinkan penggunaan, berbagi, adaptasi, distribusi, dan reproduksi dalam media dalam format apapun. Selama Anda memberikan kredit yang sesuai kepada

penulis asli dan sumbernya, berikan tautan ke Lisensi Creative Commons, dan tunjukkan jika ada perubahan. Gambar atau materi pihak ketiga lainnya dalam artikel ini termasuk dalam Lisensi Creative Commons artikel tersebut, kecuali dinyatakan dalam batas kredit materi tersebut. Jika materi tidak termasuk dalam Lisensi Creative Commons artikel dan tujuan penggunaan Anda tidak diizinkan oleh peraturan perundang-undangan atau melebihi penggunaan yang diizinkan, Anda harus mendapatkan izin untuk langsung dari pemegang hak cipta. Untuk melihat lisensi ini kunjungi: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Referensi

- Abdhul Yusuf. 2023. Cross Selling: Pengertian, Cara Kerja dan Kelebihan. https://deepublishstore.com/blog/cross-selling-adalah/#3_Cohen_2004
- Al Rasid. Muhammad Hasyimi. 2018. Pengaruh TERRA (Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance) Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Cabang Margonda Depok. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40733>
- Ambar Sari, Tiko Puspita. Lamsah. Zamillah, Ervica. Tidak Diketahui. Analisis Kualitas Pelayanan Frontliner (Customer Services, Teller, dan Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), TBK KCP Kayutangi. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/1752/>
- Asmoro, Andry. 2020. Tantangan Perbankan dan Kesiapan Menghadapi New Normal. <https://www.its.ac.id/drpm/wp-content/uploads/sites/71/2020/06/200611-New-Normal-dan-Tantangan-Perbankan-ITS.pdf>
- Dewi, Yovi Silvila. 2022. Strategi Frontliner Staff dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo Krian. <http://digilib.uinkhas.ac.id/16636/>
- Hadi, Syamsul. Tidak Diketahui. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Kesuma, Ridho Hadi. 2019. Efektivitas Komunikasi Cross-Selling Frontliner Terhadap Peningkatan Penjualan Produk PT. Bank Panin Dubai Syariah Medan. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/7308>
- Kusnandar Viva Budy (2023). Total Aset PT Bank Mandiri Tbk dan PT Bank BRI Tbk (2010-2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/20/hampir-capai-rp2-kuadriliun-aset-bank-mandiri-kembali-ungguli-bri-pada-2022>
- Mulyani. 2022. Strategi Cross Selling dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Bandar Jaya. <http://digilib.unila.ac.id/63889/>
- Permatasari, Dwiyani. 2022. Apa itu Pelayanan Prima?. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulseltrabar/baca-artikel/15009/Apa-itu-Pelayanan-Prima.html>
- Prisnandika, Lutfian. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan. <https://repository.ump.ac.id/9757/>
- Rihad, Ersy Elmafiza. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30476>
- Qiscus. 2021. 5 Elemen Service Quality & Pentingnya untuk Kepuasan Pelanggan. <https://www.qiscus.com/id/blog/elemen-service-quality-dan-pentingnya-untuk-kepuasan-pelanggan/>

Biografi Penulis

ADENIA NURIA ANGGRAENI, Program Pendidikan Vokasi, Program Studi Pariwisata, Universitas Indonesia.

- Email: adeniaanggraeni@gmail.com
- ORCID:
- Web of Science ResearcherID:
- Scopus Author ID:
- Homepage:

MAHADEWI, Program Pendidikan Vokasi, Program Studi Pariwisata, Universitas Indonesia.

- Email: mdewi@ui.ac.id
- ORCID:
- Web of Science ResearcherID:
- Scopus Author ID:
- Homepage: