



Implementasi Prinsip Etika Bisnis Dalam Interaksi Customer Service Dengan Nasabah Bank BJB

Meyrta Naulia Dewi Syagita; Ec. Nuruni Ika Kusuma W

Universita Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

22012010143@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Pelayanan publik dalam sektor perbankan merupakan ujung tombak interaksi antara lembaga keuangan dengan masyarakat luas, di mana customer service memainkan peran sentral sebagai perwakilan pertama yang menghadapi nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan tidak hanya mencerminkan kompetensi individu, tetapi juga nilai, budaya, dan komitmen institusi terhadap etika pelayanan. Bank BJB, sebagai bank pembangunan daerah, memiliki peran penting sebagai entitas bisnis dan agen pembangunan sosial ekonomi, sehingga penerapan etika dalam pelayanan menjadi krusial. Penulis mengamati secara langsung bagaimana nilai-nilai etika bisnis diterapkan oleh customer service di Bank BJB, mulai dari menyambut nasabah hingga menyampaikan informasi kompleks. Pelatihan berkala, pembinaan etika kerja, dan sistem pengawasan menjadi faktor pendukung utama, meskipun terdapat tantangan berupa perbedaan pemahaman individu terhadap standar etika. Laporan ini bertujuan menganalisis peran customer service dalam menciptakan pelayanan profesional dan beretika, mengidentifikasi kendala, dan mengevaluasi strategi Bank BJB dalam membina etika kerja.

Kata kunci: Etika Bisnis, Customer Service, Pelayanan Publik, Bank BJB, Kepuasan Nasabah

Abstract

Public services in the banking sector are at the forefront of interactions between financial institutions and the wider community, where customer service plays a central role as the first representative to face customers. The quality of service provided not only reflects individual competence but also the values, culture, and institutional commitment to service ethics. Bank BJB, as a regional development bank, has an important role as a business entity and an agent of socio-economic development, so the application of ethics in service is crucial. The author directly observed how business ethical values were applied by customer service at Bank BJB, from greeting customers to conveying complex information. Regular training, ethical work coaching, and supervision systems are key supporting factors, although there are challenges in the form of differences in individual understanding of ethical standards. This report aims to analyze the role of customer service in creating professional and ethical public services, identify obstacles, and evaluate Bank BJB's strategy in fostering work ethics.

Keyword: Business Ethics, Customer Service, Public Service, Bank BJB, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pelayanan publik dalam sektor perbankan merupakan ujung tombak interaksi antara lembaga keuangan dengan masyarakat luas. Dalam konteks ini, customer service memainkan peran sentral sebagai perwakilan pertama yang menghadapi langsung nasabah dengan berbagai latar belakang dan kebutuhan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh customer service tidak hanya mencerminkan kompetensi individu, tetapi juga menunjukkan nilai, budaya, dan komitmen

institusi terhadap etika pelayanan. Di tengah meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi, keadilan, dan profesionalisme, maka kehadiran pelayanan yang mengintegrasikan etika bisnis bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan. Bank sebagai institusi keuangan yang dipercaya masyarakat memiliki tanggung jawab moral untuk menghadirkan layanan yang tidak hanya cepat dan tepat, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan sosial. Etika bisnis dalam pelayanan publik merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Prinsip seperti integritas, tanggung jawab, kejujuran, dan rasa hormat menjadi fondasi dalam membangun hubungan yang sehat antara penyedia layanan dan penerima layanan. Di Bank BJB, sebagai salah satu bank pembangunan daerah yang memiliki mandat untuk melayani kepentingan masyarakat Jawa Barat dan Banten, penerapan etika dalam pelayanan menjadi semakin penting mengingat perannya tidak hanya sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai agen pembangunan sosial dan ekonomi daerah. Oleh karena itu, bagaimana nilai-nilai etika tersebut diinternalisasi dan diwujudkan dalam interaksi sehari-hari antara *customer service* dan nasabah menjadi aspek yang sangat relevan untuk dikaji lebih dalam.

Customer service di Bank BJB berada di garis terdepan dalam menghadapi berbagai bentuk keluhan, pertanyaan, dan kebutuhan informasi dari nasabah. Setiap tindakan, sikap, dan kata-kata yang disampaikan memiliki dampak langsung terhadap persepsi nasabah terhadap kualitas layanan dan kredibilitas bank. Dalam situasi seperti ini, pemahaman terhadap etika profesional menjadi elemen kunci dalam menjaga kepercayaan publik. Interaksi yang etis tidak hanya mencakup aspek sopan santun dan keramahan, tetapi juga melibatkan pengambilan keputusan yang adil, menghormati hak privasi nasabah, serta menghindari segala bentuk diskriminasi atau perlakuan yang tidak adil. Ketika prinsip-prinsip tersebut dijadikan landasan dalam menjalankan tugas, maka kualitas pelayanan publik akan meningkat secara signifikan. Selama pelaksanaan magang di lingkungan kerja Bank BJB, penulis mengamati secara langsung bagaimana nilai-nilai etika bisnis diterapkan oleh bagian *customer service* dalam memberikan pelayanan. Proses ini mencakup berbagai aspek mulai dari tata cara menyambut nasabah, cara merespons keluhan, hingga bagaimana petugas menyampaikan informasi yang kompleks dengan bahasa yang mudah dipahami. Dalam praktiknya, ditemukan bahwa pelatihan berkala, pembinaan etika kerja, dan sistem pengawasan menjadi faktor pendukung utama dalam memastikan bahwa standar pelayanan tetap terjaga. Namun demikian, dalam beberapa kasus masih ditemukan tantangan berupa perbedaan pemahaman individu terhadap standar etika yang berlaku, yang berdampak pada ketidakkonsistenan dalam kualitas pelayanan yang diberikan.

Penerapan etika bisnis dalam pelayanan juga berkaitan erat dengan budaya kerja yang dibangun oleh manajemen. Bank BJB telah menanamkan nilai-nilai perusahaan yang mencerminkan tanggung jawab sosial dan orientasi kepada kepuasan nasabah. Budaya kerja yang inklusif, terbuka terhadap kritik, dan menjunjung tinggi kejujuran menjadi pilar penting dalam membentuk perilaku etis karyawan. Dalam konteks ini, *customer service* tidak hanya dilatih secara teknis, tetapi juga dibekali dengan pemahaman filosofis mengenai pentingnya melayani dengan empati dan integritas. Dengan demikian, pelayanan publik yang diberikan tidak hanya menjadi kegiatan administratif semata, tetapi juga sebagai bentuk kontribusi nyata dalam membangun masyarakat yang adil dan berdaya. Sebagai bagian dari institusi publik, Bank BJB memiliki tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan pelayanan yang bebas dari korupsi, manipulasi informasi, dan perilaku tidak etis lainnya. Hal ini sangat penting untuk menjaga integritas lembaga di mata masyarakat dan regulator. *Customer service* yang menerapkan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas akan mampu mendorong terciptanya budaya pelayanan publik yang bersih dan profesional. Dalam jangka panjang, hal ini berkontribusi pada stabilitas sistem keuangan lokal dan meningkatnya literasi keuangan masyarakat. Oleh karena itu, etika bisnis bukan hanya soal moral individu, tetapi juga tentang sistem yang mendukung terciptanya tata kelola pelayanan yang sehat dan berkelanjutan. Dalam pengamatan langsung selama masa magang, penulis juga menyaksikan bahwa pelayanan berbasis etika mampu mengurangi potensi konflik antara nasabah dan pegawai. Ketika nasabah merasa dihormati, didengar, dan dilayani

dengan adil, maka kecenderungan untuk mengajukan keluhan atau membawa masalah ke jalur hukum dapat diminimalkan. Etika menjadi sarana penyelesaian masalah yang preventif dan solutif. Sebaliknya, pelayanan yang tidak etis sering kali menimbulkan ketidakpuasan, hilangnya loyalitas, bahkan merusak reputasi lembaga dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, penanaman nilai etika secara konsisten kepada seluruh lapisan organisasi merupakan investasi yang sangat berharga. Dalam konteks pembangunan daerah, keberadaan Bank BJB yang mampu memberikan pelayanan publik secara etis juga berdampak pada kepercayaan investor, pelaku UMKM, serta pemerintah daerah sebagai mitra strategis. Pelayanan yang andal dan beretika menjadi landasan dalam membangun ekosistem keuangan yang sehat dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM, khususnya pada lini pelayanan, menjadi langkah penting dalam mendukung program-program pembangunan yang dijalankan oleh pemerintah daerah. Dalam hal ini, *customer service* berperan tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penggerak perubahan sosial melalui pendekatan layanan yang humanis dan bertanggung jawab.

Penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengamatan, wawancara informal, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas pelayanan di unit *customer service* Bank BJB. Penulis menyadari bahwa pelayanan publik yang berkualitas tidak dapat dilepaskan dari implementasi nilai-nilai bisnis yang berpihak pada etika dan kepentingan masyarakat luas. Oleh karena itu, laporan ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban akademik, tetapi juga untuk memberikan kontribusi pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi maupun pengembangan sistem pelayanan di masa depan. Dengan menempatkan etika sebagai fondasi utama, diharapkan pelayanan publik yang diberikan oleh Bank BJB semakin dipercaya dan relevan dengan kebutuhan zaman. Akhirnya, penting untuk ditegaskan bahwa pelayanan berbasis etika bukanlah sekadar wacana normatif, melainkan harus menjadi praktik nyata yang membentuk budaya kerja institusi. Bank BJB, dengan segala peran strategisnya, memiliki potensi besar untuk menjadi teladan dalam penerapan etika bisnis dalam pelayanan publik. Harapannya, laporan ini dapat menjadi bagian kecil dari upaya kolektif dalam mendorong perbaikan kualitas pelayanan publik di sektor perbankan dan menegaskan kembali bahwa kepercayaan masyarakat hanya dapat diraih melalui pelayanan yang tulus, profesional, dan beretika.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah observasi langsung, wawancara informal, dan keterlibatan aktif dalam aktivitas pelayanan di unit *customer service* Bank BJB. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengamati secara langsung implementasi prinsip-prinsip etika bisnis dalam interaksi *customer service* dengan nasabah. Data dikumpulkan melalui pengamatan terhadap tata cara menyambut nasabah, cara merespons keluhan, dan bagaimana petugas menyampaikan informasi yang kompleks. Selain itu, dilakukan analisis terhadap kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan pelayanan berbasis etika, seperti beban kerja yang meningkat dan perbedaan kemampuan individu *customer service*. Penulis juga mengevaluasi strategi pembinaan dan pengawasan etika kerja yang diterapkan oleh Bank BJB, termasuk pelatihan internal berkala dan sistem evaluasi melalui feedback nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa peran *customer service* sangat krusial dalam menjamin pelayanan publik yang berkualitas, profesional, dan beretika. Fungsi *customer service* bukan hanya sebatas melayani permintaan informasi dan administrasi, tetapi juga menjadi wajah perusahaan yang pertama kali dihadapi nasabah. Dalam praktiknya, *customer service* tidak hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penjaga nilai-nilai perusahaan yang harus diterapkan dalam interaksi langsung dengan masyarakat. Oleh karena itu, tanggung jawab *customer service* tidak hanya teknis, namun juga moral dan representatif, yang menuntut standar tinggi dalam komunikasi, sikap, dan tindakan. Selama proses observasi, terlihat bahwa *customer service* secara konsisten menunjukkan sikap profesional. Mereka menjalankan tugas

dengan penuh tanggung jawab, memperhatikan waktu pelayanan, menjaga kesopanan tutur kata, serta menunjukkan keramahan dalam setiap interaksi. Tidak hanya itu, *customer service* Bank BJB juga dibekali dengan kemampuan untuk memahami kebutuhan nasabah dengan cepat dan tepat, termasuk dalam menangani keluhan atau pertanyaan spesifik yang memerlukan kejelasan prosedur. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai bisnis seperti tanggung jawab, transparansi, dan kejujuran telah diterjemahkan dengan baik dalam praktik kerja harian mereka. Etika pelayanan menjadi landasan utama yang diterapkan dalam interaksi dengan nasabah. Sikap tidak diskriminatif, kerahasiaan informasi nasabah, serta pelayanan yang adil dan setara merupakan prinsip yang dijunjung tinggi. Hal ini terlihat dari bagaimana *customer service* berupaya memberikan perhatian dan perlakuan yang sama kepada semua nasabah, tanpa membedakan status sosial, latar belakang, atau jumlah saldo yang dimiliki. Pendekatan etis ini berkontribusi langsung terhadap terbangunnya kepercayaan nasabah terhadap institusi, karena nasabah merasa dihargai sebagai individu yang memiliki hak untuk dilayani dengan baik.

Dari segi komunikasi, *customer service* di Bank BJB menunjukkan keterampilan komunikasi yang cukup tinggi. Mereka mampu menjelaskan produk dan layanan bank dengan jelas dan tanpa tekanan, memberikan informasi yang akurat, serta menghindari praktik-praktik manipulatif yang dapat merugikan nasabah. Sikap terbuka terhadap pertanyaan dan keberanian untuk mengatakan “tidak tahu” secara jujur lalu mencari informasi yang benar menjadi nilai penting yang terus dijaga. Sikap seperti ini sangat mencerminkan integritas pribadi dan profesionalisme kerja, yang menjadi cerminan langsung dari nilai bisnis yang dianut bank. Kepuasan nasabah menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan pelayanan yang diberikan. Selama magang, terlihat adanya upaya serius dari *customer service* untuk memastikan bahwa setiap nasabah yang datang pulang dengan jawaban dan solusi yang memuaskan. Bahkan, dalam situasi yang kompleks sekalipun, *customer service* berusaha tetap tenang dan mencari alternatif yang sesuai dengan ketentuan bank serta harapan nasabah. Dalam beberapa kasus, solusi yang diberikan bukan hanya menyelesaikan masalah administratif, melainkan juga mengembalikan kepercayaan nasabah terhadap institusi. Namun, pelayanan yang ideal tidak terlepas dari berbagai kendala yang harus dihadapi. Salah satu tantangan yang mencolok adalah beban kerja yang meningkat saat kunjungan nasabah melonjak tajam, terutama pada tanggal-tanggal tertentu seperti awal dan akhir bulan. Dalam situasi seperti ini, *customer service* harus tetap menjaga kualitas pelayanan meskipun waktu interaksi menjadi lebih singkat. Hal ini sering kali menyebabkan keterbatasan dalam memberikan pelayanan yang lebih personal dan mendalam, yang idealnya dapat membangun kedekatan emosional dengan nasabah.

Selain faktor eksternal, tantangan juga datang dari perbedaan kemampuan individu *customer service* itu sendiri. Tidak semua pegawai memiliki tingkat pengalaman dan kedewasaan etika yang sama. Pegawai baru cenderung lebih berhati-hati dan kadang mengalami kesulitan dalam menghadapi situasi layanan yang tidak terduga. Sebaliknya, pegawai yang lebih senior lebih fleksibel dan percaya diri, namun terkadang terlalu mengandalkan pengalaman sehingga kurang memperhatikan prosedur yang baru diterapkan. Perbedaan ini menciptakan tantangan tersendiri dalam standarisasi pelayanan. Pihak manajemen Bank BJB menyadari pentingnya pembinaan etika kerja dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan berkualitas. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan internal secara berkala yang mencakup pelatihan teknis maupun *soft skill* seperti komunikasi, etika pelayanan, dan manajemen konflik. Tujuannya adalah agar *customer service* tidak hanya memahami prosedur operasional, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai etis dalam setiap tindakan pelayanan. Pelatihan ini biasanya diberikan dalam bentuk seminar, *workshop*, maupun pembinaan langsung oleh atasan. Selain pelatihan, strategi pengawasan yang dilakukan oleh bank juga cukup ketat dan terstruktur. Setiap *customer service* dievaluasi melalui *feedback* langsung dari nasabah, baik secara lisan maupun melalui sistem digital yang telah disediakan. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menilai efektivitas pelayanan dan sebagai dasar dalam memberikan penghargaan, teguran, atau perbaikan prosedur. Dengan adanya sistem evaluasi seperti ini, setiap *customer service* didorong untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan secara berkelanjutan. Keseluruhan hasil

pengamatan selama magang menunjukkan bahwa Bank BJB memiliki sistem yang cukup baik dalam menjaga kualitas pelayanan publik melalui peran *customer service*. Meskipun masih terdapat tantangan yang harus dihadapi, baik yang bersumber dari faktor eksternal maupun internal, namun upaya serius dalam pembinaan dan pengawasan etika kerja telah memberikan dampak positif terhadap profesionalisme layanan. *Customer service* terbukti menjadi ujung tombak dalam menjaga reputasi dan kepercayaan publik terhadap institusi perbankan yang berbasis pada prinsip etika dan nilai bisnis.

Pembahasan

Peran customer service sebagai ujung tombak pelayanan publik di Bank BJB tidak dapat dipandang sebelah mata. Dalam konteks pelayanan berbasis etika, mereka tidak hanya dituntut memberikan informasi atau layanan administratif, tetapi juga harus mampu merepresentasikan nilai-nilai bisnis yang dijunjung oleh institusi. Perwujudan etika dalam pelayanan mencakup kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan empati. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya diukur dari kecepatan atau ketepatan teknis, tetapi juga dari kualitas interaksi manusiawi yang mengedepankan integritas dan kepercayaan. Oleh karena itu, customer service menjadi perpanjangan tangan dari misi dan nilai strategis perusahaan dalam membangun citra positif di mata masyarakat. Kepuasan nasabah menjadi salah satu parameter utama dalam menilai efektivitas peran *customer service*. Ketika layanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dan etis, maka kepercayaan publik terhadap institusi semakin kuat. Etika dalam pelayanan tidak hanya berarti bersikap sopan atau ramah, tetapi juga menjunjung prinsip transparansi, tidak mempersulit prosedur secara tidak perlu, dan menghindari konflik kepentingan. Dalam banyak kasus, pelayanan yang etis mampu meredam potensi konflik antara nasabah dan institusi, karena nasabah merasa diperlakukan dengan adil dan dihargai sebagai mitra. Maka, keberadaan *customer service* yang beretika sangat berperan dalam memperkuat loyalitas nasabah terhadap bank. Namun demikian, dalam penerapan pelayanan berbasis etika, tidak sedikit tantangan yang dihadapi di lapangan. Salah satunya adalah tekanan kerja yang tinggi, terutama ketika jumlah nasabah meningkat dalam waktu bersamaan. Hal ini dapat menyebabkan *customer service* merasa terburu-buru, kelelahan, dan pada akhirnya berpotensi mengabaikan aspek-aspek etis dalam pelayanan. Tantangan ini menjadi krusial karena pelayanan yang baik memerlukan waktu dan ketenangan dalam menyampaikan informasi maupun dalam menyelesaikan persoalan nasabah. Jika tidak diantisipasi, situasi ini dapat mengakibatkan penurunan kualitas pelayanan dan bahkan merusak hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Selain itu, perbedaan latar belakang personal, pengalaman kerja, dan kemampuan individu di antara pegawai *customer service* juga mempengaruhi konsistensi penerapan etika kerja. Pegawai baru mungkin memiliki pemahaman teoretis yang kuat tentang standar etika, tetapi kurang percaya diri saat menghadapi situasi yang kompleks. Sementara itu, pegawai senior yang sudah terbiasa dengan rutinitas mungkin saja kurang sensitif terhadap pentingnya penyegaran etika secara berkala. Hal ini menunjukkan bahwa pembinaan etika tidak bisa bersifat sekali jadi, melainkan harus dilakukan secara kontinu dan adaptif terhadap dinamika pelayanan yang terus berkembang. Maka dari itu, strategi pembinaan dan pengawasan menjadi faktor penting yang tidak boleh diabaikan. Bank BJB tampaknya cukup progresif dalam hal ini, dengan memberikan pelatihan berkala yang mencakup aspek teknis dan etis pelayanan. Namun efektivitas pelatihan tersebut akan lebih optimal jika disertai dengan pendekatan yang kontekstual, yakni mengangkat studi kasus nyata yang pernah terjadi di lingkungan kerja. Dengan begitu, pegawai dapat memahami relevansi nilai-nilai etika terhadap situasi kerja yang sebenarnya. Pelatihan yang demikian dapat membentuk respons moral yang lebih reflektif dan tidak kaku terhadap masalah-masalah pelayanan yang bersifat kompleks. Pengawasan juga harus dilakukan dengan pendekatan yang seimbang antara pengendalian dan pembinaan. Sistem evaluasi berbasis *feedback* nasabah yang diterapkan Bank BJB dapat menjadi instrumen yang sangat berguna untuk mengukur kualitas pelayanan secara objektif. Namun, penting juga

untuk memastikan bahwa *feedback* yang diterima ditindaklanjuti dengan cara yang membina, bukan semata-mata menghukum. Pendekatan ini akan menciptakan budaya kerja yang terbuka terhadap kritik dan pembelajaran, sehingga *customer service* termotivasi untuk terus meningkatkan diri dan tidak takut melakukan perbaikan. Pembahasan mengenai etika dalam pelayanan publik tidak dapat dilepaskan dari konteks luas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dalam hal ini, *customer service* merupakan pelaksana langsung dari komitmen sosial bank kepada masyarakat. Ketika pelayanan dilakukan secara etis, maka bank turut serta membangun tatanan masyarakat yang adil, inklusif, dan menghargai martabat manusia. Etika pelayanan menjadi jembatan antara kepentingan bisnis dan kemanusiaan, dan posisi *customer service* berada tepat di tengah peran ganda ini. Dengan demikian, keberhasilan pelayanan *customer service* juga menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam menjalankan peran sosialnya.

Keberhasilan strategi pembinaan etika juga sangat ditentukan oleh budaya organisasi yang dibentuk oleh manajemen puncak. Jika pimpinan bank menekankan pentingnya etika dalam setiap keputusan dan kebijakan, maka nilai tersebut akan mengalir hingga ke level operasional seperti *customer service*. Namun sebaliknya, jika etika hanya menjadi wacana formal tanpa keteladanan nyata, maka pelaksanaannya akan lemah dan cenderung bersifat simbolik. Oleh karena itu, keselarasan antara nilai yang diucapkan dan tindakan nyata pimpinan akan memperkuat fondasi etika di seluruh level organisasi, termasuk di garis depan layanan. Membina dan mengawasi etika kerja juga perlu melibatkan pemanfaatan teknologi digital. Sistem monitoring berbasis data, seperti rekaman interaksi layanan, laporan kepuasan pelanggan, dan *dashboard* evaluasi kinerja, dapat memberikan gambaran objektif atas konsistensi pelayanan yang diberikan. Teknologi dapat membantu mengidentifikasi pola layanan yang bermasalah, area yang perlu penguatan, serta mendeteksi pelanggaran etika secara cepat. Integrasi antara pendekatan manusiawi dan teknologi inilah yang menjadi kunci sukses pelayanan etis di era digital. Secara keseluruhan, pembahasan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pelayanan berbasis etika di Bank BJB sangat dipengaruhi oleh sinergi antara individu *customer service*, sistem pembinaan dan pengawasan, serta komitmen organisasi terhadap nilai-nilai etis. Walaupun masih ada tantangan dalam praktiknya, namun pendekatan yang sistematis dan menyeluruh dapat memperkuat posisi *customer service* sebagai pilar utama pelayanan publik yang profesional, berintegritas, dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Dalam konteks inilah, pelayanan etis tidak hanya menjadi kebutuhan institusional, tetapi juga menjadi kontribusi nyata terhadap pembangunan masyarakat yang berkeadaban.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pelayanan publik dalam sektor perbankan merupakan aspek fundamental yang menentukan citra dan keberlangsungan suatu institusi keuangan, terlebih ketika pelayanan tersebut berlandaskan prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai bisnis yang kuat. Hasil pelaksanaan magang dan analisis yang dilakukan di Bank BJB menunjukkan bahwa *customer service* memiliki peran krusial sebagai ujung tombak dalam menyampaikan nilai-nilai tersebut secara nyata kepada nasabah. Mereka tidak hanya bertugas dalam ranah administratif atau teknis, tetapi juga berperan sebagai representasi langsung dari kredibilitas, integritas, dan komitmen institusi terhadap pelayanan yang berkeadilan dan berorientasi pada kepuasan publik. Profesionalisme yang dibangun melalui pelatihan, pengalaman, dan pembiasaan kerja yang sistematis menjadi fondasi utama dalam mewujudkan pelayanan yang etis dan berkualitas. Etika dalam pelayanan publik di lingkungan *customer service* Bank BJB tidak hanya dipahami sebagai norma perilaku baik dalam interaksi sehari-hari, tetapi juga merupakan bagian dari strategi bisnis jangka panjang yang diarahkan untuk membangun hubungan yang sehat dan berkelanjutan dengan nasabah. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, empati, keterbukaan, dan tanggung jawab menjadi pedoman dalam setiap bentuk layanan yang diberikan. Hal ini menciptakan ruang interaksi yang kondusif, di mana nasabah merasa dihargai, didengar, dan dilayani sesuai hak-haknya. Dari

perspektif organisasi, pendekatan semacam ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik terhadap Bank BJB, tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah yang pada akhirnya mendukung stabilitas dan pertumbuhan bisnis bank itu sendiri. Meski demikian, penerapan pelayanan berbasis etika tidak luput dari berbagai tantangan. Kendala yang muncul dalam praktiknya mencakup faktor internal seperti tekanan kerja yang tinggi, ketimpangan pemahaman etika antarpegawai, keterbatasan waktu dalam pelayanan yang ideal, serta masalah manajemen emosi di bawah situasi yang menekan. Sedangkan dari sisi eksternal, variasi karakter nasabah, tingginya ekspektasi terhadap layanan cepat dan sempurna, serta kompleksitas masalah keuangan yang dihadapi nasabah kerap menimbulkan dinamika pelayanan yang menantang. Semua ini menjadi faktor yang memerlukan perhatian khusus, terutama dalam membentuk sistem kerja yang adaptif namun tetap mengakar pada nilai-nilai etis.

Bank BJB sendiri telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengatasi berbagai kendala tersebut melalui berbagai strategi pembinaan dan pengawasan etika kerja yang terpadu. Pelatihan berkala yang diselenggarakan, baik dalam bentuk *workshop*, seminar, maupun pembelajaran berbasis digital, telah menjadi sarana untuk memperbarui pemahaman pegawai terhadap standar etika dan nilai bisnis yang berlaku. Selain itu, sistem pengawasan berbasis evaluasi kinerja, serta penggunaan teknologi informasi untuk memantau dan mengevaluasi kualitas pelayanan, telah berkontribusi terhadap peningkatan konsistensi dan profesionalisme dalam memberikan layanan. Dengan pendekatan yang bersifat preventif dan korektif, Bank BJB menunjukkan bahwa pelayanan etis bukan sekadar slogan, melainkan bagian dari sistem kerja yang terstruktur dan terukur.

Saran

Sebagai upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan publik berbasis etika di lingkungan Bank BJB, terdapat sejumlah saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, penting bagi institusi untuk terus menanamkan nilai-nilai etika secara mendalam ke dalam budaya organisasi, tidak hanya melalui dokumen formal seperti kode etik, tetapi juga melalui praktik nyata yang diteladankan oleh para pemimpin di semua jenjang. Keteladanan moral dari manajemen menjadi elemen penting dalam menginternalisasi nilai-nilai etis di kalangan pegawai. Dalam hal ini, konsistensi antara kebijakan dan tindakan pimpinan akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi pembentukan karakter etis pegawai, khususnya mereka yang berada di lini depan seperti customer service. Kedua, pendekatan pelatihan etika perlu disesuaikan dengan realitas dan dinamika pelayanan yang dihadapi sehari-hari. Pelatihan yang bersifat dialogis, partisipatif, dan berbasis studi kasus nyata dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual dan aplikatif kepada para pegawai. Selain itu, perlu dilakukan penilaian berkala terhadap efektivitas pelatihan tersebut dengan melibatkan evaluasi dari sesama rekan kerja, atasan langsung, dan juga *feedback* dari nasabah sebagai pihak yang menerima langsung layanan. Evaluasi semacam ini dapat membantu mengidentifikasi area yang masih lemah dan perlu diperbaiki, serta mengapresiasi pegawai yang telah menunjukkan kinerja etis secara konsisten. Ketiga, pengawasan terhadap etika pelayanan sebaiknya tidak hanya mengandalkan sistem formal, melainkan juga mengembangkan mekanisme pengawasan sosial di antara rekan kerja. Budaya kerja yang saling mengingatkan dan mendukung dapat menjadi alat kontrol yang lebih alami dan efektif dibandingkan sistem sanksi yang kaku. Dalam konteks ini, pemberdayaan tim kerja dan pembentukan komunitas etika internal dapat menjadi langkah strategis untuk menciptakan lingkungan kerja yang proaktif dan sadar etika. Pengembangan saluran komunikasi internal yang terbuka dan aman untuk menyampaikan kritik, saran, atau laporan pelanggaran etika juga akan memperkuat sistem integritas yang ada. Keempat, untuk menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks, Bank BJB juga perlu memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dalam pembinaan dan pengawasan etika kerja. Sistem digital yang dilengkapi dengan indikator performa layanan berbasis etika, *chatbot* pelatihan, serta platform umpan balik *real-time* dari nasabah akan membantu dalam deteksi dini masalah pelayanan. Teknologi juga dapat digunakan untuk menyebarkan materi pelatihan secara lebih luas dan fleksibel, sehingga pembinaan etika tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Dengan demikian, pengembangan etika kerja tidak lagi

menjadi beban tambahan, melainkan bagian integral dari proses kerja sehari-hari yang efisien dan adaptif terhadap perkembangan digital. Melalui upaya-upaya tersebut, diharapkan pelayanan publik di Bank BJB dapat terus berkembang menjadi lebih profesional, manusiawi, dan berkelanjutan. Etika bukan hanya menjadi instrumen untuk menjaga reputasi, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan jangka panjang antara bank dan masyarakat. *Customer service* sebagai garda terdepan dalam pelayanan memiliki tanggung jawab besar dalam membawa misi tersebut, dan hanya dengan dukungan penuh dari sistem dan budaya organisasi yang kuat, nilai-nilai itu dapat diwujudkan secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Pekanbaru (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Cahyani, A. D., Putri, S. M., Naka, O. A., & Lestari, T. N. (2024). Literature Review: Implementasi Etika Bisnis Dengan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Konvensional. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 76-88.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.
- Firdaus, N. A., Al Azhiim, I. T., & Ardellia, V. (2023). Analisis penerapan etika bisnis dalam perusahaan: Studi literatur faktor pendukung dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 132-142.
- Juliana, J., Faathir, M., & Sulthan, M. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(1), 36-43.
- Kristianto, P. L., & UKRIM, D. F. E. (2010). Etika Bisnis dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Equilibrium*, 4(1).
- Ningsih, E. R. (2017). Studi Eksplorasi Penerapan Etika Bisnis Pada Perbankan Syari'ah Di Indonesia. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 10(1), 1-22.
- Pratama, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Era Pandemi (Studi pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Fatmawati Jakarta Selatan) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 1-20.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, T. P. (2021). Penerapan Etika Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96-113.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam membangun loyalitas pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37-52.
- Wulandari, A. Y. (2016). Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik. *AI-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(2).