


Analisis Manajemen Waktu Transaksi untuk Peningkatan Pelayanan Nasabah di Bank DKI

Rachmalia¹, I Gusti Ngurah Dwi Wiryawan²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

Email: rachmaliaa@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1493>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 12 Juny 2025

Revised: 22 Juny 2025

Accepted: 28 Juny 2025

Kata kunci

Manajemen Waktu,
 Pelayanan Nasabah,
 Transaksi Bank, Layanan
 Digital, Bank DKI

Keywords

Time Management,
 Customer Service, Banking
 Transactions, Digital
 Services, Bank DKI



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik manajemen waktu transaksi serta dampaknya terhadap kualitas pelayanan nasabah di Bank DKI Cabang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode wawancara kepada pihak internal bank dan beberapa nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen waktu transaksi di cabang tersebut telah diterapkan melalui sistem antrian digital, pengaturan shift pegawai, dan pemantauan waktu layanan. Namun, efektivitasnya masih dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti keandalan sistem TI, kompetensi SDM, dan kesiapan nasabah dalam bertransaksi. Penelitian ini juga menemukan bahwa manajemen waktu yang baik berdampak positif terhadap persepsi kualitas layanan, khususnya pada aspek kecepatan dan ketanggapan petugas. Di sisi lain, tantangan utama muncul dalam pengelolaan layanan digital akibat belum meratanya literasi digital serta gangguan sistem. Bank DKI telah melakukan sejumlah strategi seperti peningkatan fitur aplikasi JakOne Mobile, edukasi nasabah, dan pelatihan pegawai guna memperbaiki kinerja pelayanan. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa manajemen waktu transaksi menjadi elemen penting dalam mendukung pelayanan prima dan kepuasan nasabah.

This study aims to analyze the implementation of transaction time management and its impact on service quality at Bank DKI, Matraman Branch. A qualitative descriptive approach was employed through interviews with internal bank staff and selected customers. The findings indicate that time management practices are applied via a digital queuing system, employee shift scheduling, and service time monitoring. However, the effectiveness is still influenced by various factors, such as IT system reliability, staff competence, and customer readiness. The study further reveals that effective time management positively affects service quality perception, especially in terms of speed and responsiveness. On the other hand, digital service management faces challenges due to uneven digital literacy and occasional system disruptions. Bank DKI has responded by enhancing its JakOne Mobile features, educating customers, and providing regular staff training. In conclusion, transaction time management plays a crucial role in supporting excellent banking services and improving customer satisfaction.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Rachmalia, et al (2025) Analisis Manajemen Waktu Transaksi untuk Peningkatan Pelayanan Nasabah di Bank DKI, 3(4). 5785-5791 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1493>

PENDAHULUAN

Sektor perbankan sangat penting bagi perekonomian nasional karena perannya sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat, serta penyediaan berbagai layanan keuangan yang

memfasilitasi pertumbuhan dan stabilitas ekonomi (UU No. 10 Tahun 1998). Dalam lingkungan perusahaan yang semakin kompetitif, mutu layanan nasabah telah muncul sebagai penentu utama kinerja dan keberlanjutan bank (Karnawijaya, 2014). Akibatnya, bank harus menawarkan berbagai produk dan layanan dengan tetap memastikan efisiensi, kecepatan, dan keandalan (Wahyudi, 2022).

Era digital telah mendorong perubahan mendasar dalam cara interaksi antara bank dan nasabah. Masyarakat modern menginginkan proses transaksi yang instan, mudah, dan akurat (Farhan, 2024). Untuk itu, perbankan berlomba mengembangkan teknologi digital seperti mobile banking, internet banking, hingga layanan neobank sebagai respon terhadap tuntutan efisiensi dan kenyamanan (Ayunda, 2025). Digitalisasi ini membawa berbagai manfaat seperti otomatisasi proses, pengurangan biaya operasional, percepatan transaksi, serta perluasan akses pasar. Namun, transformasi ini juga menimbulkan tantangan baru seperti risiko keamanan data, serangan siber, dan kebutuhan investasi teknologi yang tidak sedikit.

Bank DKI sebagai bank pembangunan daerah memiliki visi "Menjadi bank pilihan untuk Jakarta yang maju dan sejahtera." Bank ini memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya melalui dukungan terhadap UMKM dan penguatan ekosistem transaksi non-tunai. Salah satu upaya transformasi digital yang dilakukan adalah peluncuran *JakOne Mobile*, sebuah aplikasi yang mengintegrasikan fungsi mobile banking dan e-wallet untuk mempermudah transaksi nasabah. Bank DKI juga telah mengimplementasikan layanan BI-FAST, memungkinkan transfer dana real-time yang aman dan tersedia sepanjang waktu.

Namun demikian, upaya digitalisasi ini belum sepenuhnya menjawab permasalahan pelayanan, terutama terkait manajemen waktu transaksi. Pada Maret hingga April 2025, Bank DKI mengalami gangguan sistem besar yang berdampak pada terhentinya layanan ATM dan transfer antarbank, terutama pada periode libur Idul Fitri. Kejadian ini menimbulkan antrean panjang di kantor cabang, menurunnya kepuasan nasabah, dan keresahan publik yang tersebar luas di media sosial serta portal berita daring (algorresearch.id, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa waktu tunggu pelayanan, baik secara fisik maupun digital, masih menjadi persoalan yang krusial dan perlu segera diperbaiki.

Waktu tunggu yang lama dalam pelayanan perbankan berdampak langsung pada tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Nasabah yang kecewa terhadap proses yang lambat cenderung beralih ke bank lain yang menawarkan pelayanan lebih efisien (Syarif, 2023). Sebaliknya, pelayanan yang cepat dan responsif akan meningkatkan kepuasan serta memperkuat citra positif bank di mata publik (Tjiptono, 2005). Dalam konteks ini, manajemen waktu transaksi merupakan aspek penting dari kualitas layanan, yang berkaitan erat dengan dimensi *Reliability* (keandalan) dan *Responsiveness* (daya tanggap) dalam model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). *Reliability* mencerminkan kemampuan bank memberikan layanan secara akurat dan tepat waktu (Supranto, 2006), sedangkan *Responsiveness* mengacu pada kecepatan dan kesiapan pegawai dalam merespons kebutuhan nasabah (Tjiptono, 2016).

Dengan rencana Bank DKI untuk melakukan restrukturisasi internal dan melaksanakan IPO pada tahun 2026, analisis terhadap isu-isu operasional seperti waktu tunggu dan efektivitas digitalisasi menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi manajemen waktu transaksi di Bank DKI sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Teori ini berfokus pada perilaku individu dan tim dalam organisasi mempengaruhi produktivitas layanan. Teori ini juga menekankan bagaimana faktor perilaku, seperti kebiasaan kerja, komunikasi tim, stress kerja, dan gaya kepemimpinan juga dapat mempengaruhi kecepatan dan efektivitas pelayanan. Jika karyawan tidak diberdayakan secara perilaku, maka optimalisasi waktu pelayanan akan terganggu. Kaitannya dalam analisis manajemen waktu transaksi tidak hanya teknis, tapi juga menyangkut dinamika perilaku SDM dalam proses pelayanan.

1. Manajemen Waktu Transaksi dalam Perbankan

Manajemen waktu transaksi merujuk pada upaya sistematis dalam mengatur dan mengoptimalkan durasi setiap proses pelayanan, mulai dari transaksi tunai di teller, transaksi digital, hingga respons terhadap keluhan nasabah. Menurut Lovelock & Wirtz (2011), waktu pelayanan adalah salah satu indikator operasional utama dalam industri jasa, termasuk perbankan, yang secara langsung memengaruhi persepsi kualitas layanan oleh pelanggan.

Dalam konteks digital banking, waktu transaksi bahkan menjadi lebih krusial karena ekspektasi nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan semakin tinggi (Farhan, 2024). Efisiensi waktu transaksi

dapat dicapai melalui otomatisasi proses, sistem antrian yang baik, digitalisasi layanan, serta peningkatan kapasitas sistem informasi dan teknologi (Tjiptono, 2016).

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Waktu Transaksi

Efektivitas waktu transaksi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain:

1. Kualitas sistem teknologi informasi, termasuk stabilitas aplikasi digital dan infrastruktur server (Setiawan, 2020).
2. Kapasitas sumber daya manusia, dalam hal kompetensi frontliner maupun CS digital dalam merespons nasabah.
3. Desain proses pelayanan, seperti jumlah loket aktif, sistem antrean, dan alur verifikasi data transaksi.

Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2018), kompleksitas sistem dan interaksi manusia-teknologi berkontribusi pada efisiensi atau keterlambatan pelayanan, baik di kanal konvensional maupun digital.

3. Kualitas Pelayanan Nasabah

Kualitas layanan mengacu pada penilaian pelanggan tentang seberapa baik layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Model SERVQUAL, yang ditetapkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), adalah paradigma yang dikenal baik untuk menilai kualitas layanan, yang mencakup lima aspek, yaitu :

1. Tangibles (bukti fisik),
2. Reliability (keandalan),
3. Responsiveness (daya tanggap),
4. Assurance (jaminan),
5. Empathy (empati).

Dalam konteks penelitian ini, dimensi reliability (keandalan) dan responsiveness (daya tanggap) merupakan dimensi yang paling relevan. Dimana reliability mengukur konsistensi dan keakuratan waktu pelayanan, sementara responsiveness mengukur kecepatan dalam menangani transaksi dan kebutuhan nasabah (Supranto, 2006).

4. Dampak Waktu Transaksi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

Dampak waktu transaksi pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah merupakan satu hal yang tak dapat dipisahkan. Dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa waktu transaksi yang efisien dapat meningkatkan kepuasan nasabah (customer satisfaction), yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas nasabah (customer loyalty) (Tjiptono, 2005). Menurut Kotler & Keller (2016), nasabah yang puas cenderung untuk tetap menggunakan layanan bank, merekomendasikan kepada orang lain, dan lebih tahan terhadap gangguan sesaat seperti gangguan sistem. Tjiptono (2005) juga menekankan bahwa kecepatan pelayanan merupakan salah satu bentuk nilai kompetitif yang dapat memperkuat citra positif perusahaan jasa.

5. Strategi Peningkatan Efisiensi Layanan Digital Perbankan

Strategi digitalisasi perbankan bertujuan mempercepat proses pelayanan sekaligus memperluas jangkauan nasabah. Dalam konteks Bank DKI, strategi tersebut mencakup:

1. Pengembangan aplikasi *JakOne Mobile* sebagai kanal transaksi terpadu (e-wallet dan mobile banking)
2. Implementasi layanan *BI-FAST* untuk transfer dana instan.
3. Investasi pada infrastruktur IT untuk meningkatkan stabilitas dan keamanan sistem.

Namun, sebagaimana dijelaskan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), strategi digital juga harus diiringi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, mitigasi risiko operasional, dan edukasi nasabah agar adopsi teknologi berjalan optimal.

METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang penerapan manajemen waktu transaksi oleh Bank DKI Cabang Matraman dalam meningkatkan layanan nasabah.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Pemilihan Bank DKI Cabang Matraman sebagai lokasi penelitian dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa cabang ini merupakan salah satu unit operasional yang aktif

melayani transaksi nasabah dalam jumlah tinggi, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai manajemen waktu transaksi. Alasan lain mengapa dilakukan di cabang ini adalah karena peneliti merupakan bagian dari internal organisasi tersebut, sehingga memiliki akses yang lebih mudah dalam mengumpulkan data, serta pemahaman awal terhadap konteks kerja dan sistem pelayanan yang berjalan. Namun demikian, untuk menjaga objektivitas, peneliti tetap menerapkan pendekatan kualitatif secara sistematis dan menggunakan triangulasi data untuk memastikan keabsahan hasil penelitian.

Subjek Penelitian

Adapun yang dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Petugas teller dan customer service
2. Pimpinan atau supervisor operasional
3. Nasabah yang melakukan transaksi langsung di loket pelayanan

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama untuk mengumpulkan data:

1. Wawancara mendalam (in-depth interview)

Dilakukan terhadap teller, customer service, dan manajer layanan untuk menggali persepsi mereka terkait manajemen waktu transaksi, hambatan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan.

2. Observasi langsung

Peneliti mengamati aktivitas pelayanan secara langsung di area transaksi, mencatat durasi pelayanan, pola interaksi petugas-nasabah, serta kendala teknis yang memengaruhi waktu pelayanan.

3. Dokumentasi

Pengumpulan dokumen internal seperti SOP pelayanan, laporan waktu transaksi, data jumlah antrian harian, dan rekaman evaluasi kepuasan nasabah (jika tersedia).

Teknik Pemilihan Informan

Teknik yang digunakan dalam pemilihan adalah purposive sampling, dimana peneliti menentukan beberapa kriteria, yaitu :

1. Petugas teller atau CS dengan pengalaman kerja minimal 6 bulan
2. Supervisor atau manajer operasional yang memahami kebijakan pelayanan
3. Nasabah aktif yang telah melakukan transaksi lebih dari dua kali di cabang tersebut

Sementara itu untuk jumlah informan akan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data, dimana peneliti tidak menentukan jumlah informan tetapi jika dirasa informasi yang dibutuhkan sudah cukup maka informan tidak perlu ditambah kembali.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan model Miles & Huberman yang terdiri dari :

1. Reduksi Data

Menyortir, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari lapangan untuk menemukan pola-pola penting.

2. Penyajian Data

Mengatur data menjadi narasi deskriptif, matriks, atau bagan tema untuk memungkinkan pengambilan kesimpulan..

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Merumuskan makna dari temuan lapangan secara tematik dan melakukan verifikasi silang antar-sumber data (triangulasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bank DKI Cabang Matraman merupakan salah satu unit pelayanan perbankan yang cukup sibuk karena berada di kawasan pasar yang ramai aktivitas ekonomi harian. Cabang ini melayani berbagai transaksi perbankan, baik tunai maupun non-tunai. Tingginya jumlah nasabah harian menjadi tantangan tersendiri dalam hal manajemen waktu pelayanan untuk menjaga mutu layanan dan kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian Lapangan

Berdasarkan wawancara mendalam dengan pihak internal (teller, customer service, kepala cabang), observasi langsung proses layanan di ruang nasabah, dan dokumentasi kegiatan, diperoleh data sebagai berikut:

A. Durasi Pelayanan Transaksi

1. Untuk layanan transaksi memiliki rata-rata durasi sesuai dengan jenis transaksinya, untuk transaksi sederhana seperti setor/ambil tunai memerlukan waktu rata-rata 3-5 menit, sementara untuk transaksi kompleks seperti pembukaan rekening, update data nasabah, atau pengaduan memerlukan waktu 10-20 menit.
2. Waktu tunggu di jam sibuk (terutama pukul 10.00–12.00 WIB) bisa mencapai 15-25 menit.
3. Sistem antrean digital telah diterapkan, namun belum seluruh nasabah memanfaatkannya secara optimal.

B. Faktor Penghambat Efektivitas Waktu Pelayanan

Data observasi menunjukkan berbagai masalah yang menghambat efisiensi waktu pelayanan, antara lain :

1. Sistem server yang lambat di waktu tertentu (terutama saat tutup buku akhir bulan).
2. Jumlah teller terbatas pada saat volume transaksi tinggi.
3. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap prosedur layanan, menyebabkan waktu pelayanan menjadi lebih lama karena harus dijelaskan ulang.

C. Strategi Internal dalam Mengelola Waktu

Atas dasar hasil wawancara dan pengamatan lapangan yang dilakukan, maka ada beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam mengelola waktu guna tercapainya efektivitas waktu pelayanan, adapun beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah :

1. Penjadwalan jam kerja dengan rotasi pegawai dan jam istirahat bergilir
2. Pelatihan pelayanan prima (service excellence) secara periodik untuk meningkatkan efisiensi komunikasi.
3. Monitoring waktu transaksi melalui laporan harian operasional sebagai bagian dari kontrol internal.

D. Respon Nasabah

Guna memperkuat hasil temuan penelitian ini, dilakukan proses wawancara kepada Nasabah dari Bank DKI Cabang Matraman ini. Wawancara dilakukan pada 10 orang nasabah yang ditemui peneliti dan hasil wawancara terhadap 10 nasabah tersebut menyatakan bahwa 6 orang menyatakan puas atas kecepatan dan keramahan layanan sementara 4 orang menyatakan kurang puas, terutama karena waktu tunggu yang panjang pada jam sibuk dan keterbatasan jumlah petugas.

Pembahasan

A. Praktik Manajemen Waktu Transaksi dalam Pelayanan Nasabah di Bank DKI

Bank DKI Cabang Matraman telah menerapkan praktik manajemen waktu transaksi melalui pengaturan shift pegawai, penggunaan sistem antrean digital, serta pemberian target waktu penyelesaian per jenis transaksi. Namun demikian, efektivitasnya masih belum merata, terutama pada jam-jam sibuk antara pukul 10.00 hingga 12.00 WIB. Pada waktu tersebut, waktu tunggu nasabah bisa mencapai 20 menit. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2021) di Bank BRI Bekasi yang menyatakan bahwa pengaturan waktu pelayanan yang tidak terencana dengan baik menyebabkan antrean panjang dan menurunkan kepuasan nasabah.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Manajemen Waktu Transaksi

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi efektivitas manajemen waktu di Bank DKI antara lain:

1. Kinerja sistem teknologi informasi, khususnya sistem transaksi inti yang mengalami penurunan kecepatan saat volume tinggi.
2. Jumlah dan kompetensi pegawai, yang menentukan kecepatan serta akurasi dalam menyelesaikan transaksi.
3. Kompleksitas transaksi dan kesiapan nasabah, di mana transaksi yang memerlukan klarifikasi atau verifikasi dokumen cenderung memakan waktu lebih lama.

Penemuan ini diperkuat oleh Wulandari & Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa pengelolaan waktu pelayanan dipengaruhi oleh kompetensi SDM dan kesiapan sistem teknologi.

C. Dampak Manajemen Waktu Transaksi terhadap Kualitas Pelayanan

Dampak manajemen waktu terhadap pelayanan sangat signifikan, khususnya pada dimensi responsiveness dan reliability dalam model Servqual (Parasuraman et al., 1985). Ketika waktu layanan

efisien, nasabah merasa dihargai dan mempercayai profesionalitas bank. Sebaliknya, waktu tunggu yang panjang menciptakan persepsi negatif walaupun layanan sebenarnya tetap akurat.

Dari hasil wawancara terhadap 10 nasabah, 6 menyatakan puas karena layanan tergolong cepat, sedangkan 4 menyatakan kecewa karena waktu tunggu yang dirasakan terlalu lama dengan katalain bahwa kecepatan dalam pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, hal ini sejalan dengan Rahmawati (2019) yang menegaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kecepatan transaksi.

D. Tantangan Pengelolaan Waktu Transaksi dalam Layanan Digital

Layanan digital seharusnya mampu mempersingkat waktu transaksi. Namun, beberapa tantangan masih dihadapi Bank DKI, antara lain:

1. Belum meratanya literasi digital di kalangan nasabah, terutama nasabah usia lanjut dan pelaku usaha pasar tradisional.
2. Gangguan sistem aplikasi mobile banking yang terjadi saat update atau ketika traffic sangat tinggi.
3. Kurangnya integrasi waktu nyata (real time) antara layanan digital dengan sistem di cabang.

Hal yang sama juga dikatakan dalam penelitian Prasetyo (2020) di Bank Jateng yang menyatakan bahwa layanan digital hanya efektif jika disertai edukasi dan penguatan infrastruktur.

E. Upaya Strategis Bank DKI untuk Memperbaiki Manajemen Waktu Transaksi

Beberapa strategi telah diterapkan Bank DKI dalam rangka memperbaiki manajemen waktu transaksi, antara lain:

1. Peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan rutin tentang layanan prima dan efisiensi transaksi.
2. Pengembangan aplikasi JakOne Mobile yang mencakup fitur pembukaan rekening digital dan pembayaran tagihan secara online.
3. Pemantauan harian terhadap waktu layanan melalui laporan operasional internal.
4. Edukasi nasabah secara langsung** melalui customer service atau kampanye digital.

Strategi ini memiliki kesamaan dari hasil penelitian Yuliana (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan digitalisasi dan literasi pelanggan berbanding lurus dengan efisiensi layanan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktik manajemen waktu transaksi di Bank DKI Cabang Matraman telah dilaksanakan melalui sistem antrian digital, pembagian tugas kerja, dan target waktu layanan per transaksi. Namun, implementasinya belum sepenuhnya optimal, terutama pada waktu-waktu dengan volume nasabah tinggi.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas manajemen waktu transaksi meliputi keandalan sistem teknologi, jumlah dan kompetensi pegawai, kesiapan nasabah, serta jenis dan kompleksitas transaksi. Faktor internal dan eksternal saling berkaitan dalam memengaruhi durasi layanan.
3. Manajemen waktu transaksi terbukti berdampak signifikan terhadap persepsi kualitas pelayanan nasabah, terutama dalam dimensi ketanggapan (responsiveness) dan keandalan (reliability). Pelayanan yang cepat dan tepat waktu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap Bank DKI.
4. Tantangan utama dalam mengelola waktu transaksi pada layanan digital adalah belum meratanya literasi digital di kalangan nasabah, keterbatasan infrastruktur, serta gangguan sistem pada aplikasi mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan belum sepenuhnya menyelesaikan masalah efisiensi waktu tanpa didukung oleh edukasi dan kesiapan teknologi.
5. Upaya strategis Bank DKI dalam meningkatkan manajemen waktu transaksi mencakup pelatihan pegawai, penguatan fitur digital (JakOne Mobile), edukasi nasabah, serta pemantauan waktu transaksi harian. Strategi ini menunjukkan komitmen Bank DKI dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui pendekatan manajemen waktu yang lebih baik.

REFERENSI

- algoresearch.id. (2025). *Bank DKI alami gangguan sistem saat Idulfitri, layanan digital terganggu*. Diakses dari <https://algoresearch.id/bank-dki-gangguan-idulfitri-2025>
- Ayunda, R. (2025). *Digitalisasi perbankan dan perilaku nasabah milenial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Farhan, M. (2024). *Tren perilaku konsumen di era digital banking*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.). Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Laporan Perkembangan Perbankan Digital Indonesia. Jakarta: OJK.
- Parasuman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Prasetyo, D. (2020). Transformasi digital pada perbankan daerah: Studi kasus pada Bank Jateng. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 27–36
- Rahmawati, E. (2019). Efektivitas Edukasi Nasabah Terhadap Waktu Pelayanan di Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 45-52.
- Setiawan, H. (2020). Optimalisasi sistem informasi dalam efisiensi pelayanan perbankan digital. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 45–56.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syarif, A. (2023). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 101–115.
- Tjiptono, F. (2005). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). Service, quality & satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Wahyudi, B. (2022). *Manajemen layanan perbankan dalam era kompetitif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wulandari, T., & Nugroho, A. (2020). Analisis Manajemen Waktu Pelayanan Nasabah di Bank Mandiri Syariah. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*, 11(1), 1-10.
- Yuliana, R. (2022). Strategi bank digital dalam peningkatan efisiensi layanan. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Digital*, 6(1), 15–22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.