

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan yang semakin ketat, inovasi dalam kualitas layanan pada sektor perbankan diperlukan saat ini untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan dapat bersaing dengan bank-bank lainnya. Bank yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan nasabah melalui penerapan inovasi terbaru cenderung memiliki keunggulan dibandingkan bank lainnya. Perubahan preferensi nasabah yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi mendorong bank untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih cepat, efisien, dan personal. Penerapan layanan inovatif, seperti digital banking dan otomatisasi, secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah serta memperkuat loyalitas mereka terhadap bank (Hidayah & Rahayu, 2023). Inovasi layanan juga mencakup aspek non-teknis seperti peningkatan keramahan, keandalan, dan daya tanggap. Elemen inovasi dalam layanan termasuk kecepatan respon dan jaminan keamanan transaksi yang dapat memengaruhi persepsi kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan nasabah (Maharani Kurnia, 2023). Kepuasan nasabah meningkat ketika inovasi layanan diterapkan secara konsisten dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Inovasi ini mencakup integrasi teknologi, seperti aplikasi *mobile banking* dan sistem transaksi QRIS, yang memudahkan akses serta meningkatkan kenyamanan layanan bagi nasabah (Online et al., 2023).



Gambar 1. 1
Brand Strenght Index (2024)
 Sumber: bca.co.id

PT Bank Central Asia Tbk didirikan pada tahun 1957 yang kini berusia 67 tahun. BCA merupakan bank swasta terbesar di Indonesia dan dinobatkan sebagai *the world's strongest banking brand* oleh Brand Finance. Pada artikel bca.co.id menyatakan bahwa BCA memiliki visi dan misi sebagai institusi terkemuka di bidang pembayaran dengan fokus pada pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah serta menjunjung tinggi kejujuran dan keterbukaan dan membangun kepercayaan nasabah.

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini berkembang dengan pesat, masyarakat dimudahkan dengan adanya teknologi. Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara bank dalam beroperasi dan memberikan layanan

kepada nasabah (Billiam *et al.*, 2022). Maraknya bank digital di industri perbankan terus bertambah sehingga merubah nasabah yang sebelumnya bergantung sepenuhnya pada layanan bank di kantor cabang beralih menggunakan layanan perbankan digital. Artikel bizagi.com menyatakan bahwa persaingan di sektor perbankan semakin ketat dengan adanya ancaman *startup fintech* yang memikat nasabah dengan pembayaran dan layanan digital. Hal ini merupakan fenomena agar BCA mampu berinovasi terhadap layanan yang akan diberikan kepada nasabah dengan menawarkan produk yang menarik dan pengalaman yang terbaik. Sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi 2021, inovasi didefinisikan sebagai penemuan baru yang berbeda dari yang telah ada sebelumnya, baik berupa gagasan, metode, maupun alat. Berdasarkan artikel di cnbcindonesia.com, BCA telah berhasil mengimplementasikan strategi inovasi dan kolaborasi yang berkelanjutan. Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan dan mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan. Dengan mengadopsi pendekatan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, perubahan preferensi konsumen, serta dinamika lingkungan bisnis, BCA berhasil mempertahankan posisi yang kuat di industri perbankan nasional.



Gambar 1.2
Service Quality Awards (2019)
 Sumber: bca.co.id

Dijelaskan pada artikel bca.co.id bahwa pada tahun 2019 BCA meraih delapan penghargaan *Service Quality Awards* yang diselenggarakan sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan yang telah mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari nasabah berkat *service quality* yang diberikan. Dalam menjaga kualitas layanan BCA, pada artikel bca.co.id menjelaskan bahwa BCA melakukan survei pada nasabahnya dalam jangka waktu satu tahun sekali. Hal ini guna mengetahui BCA untuk terus meningkatkan *service quality* yang akan diberikan pada nasabahnya. Metode yang digunakan dalam survei kepuasan nasabah yaitu penilaian terhadap *customer engagement* dan *branch service quality* melalui telepon. Survei *customer engagement* dilakukan dengan metode Gallup International. *Service quality* adalah suatu kondisi yang melibatkan beberapa elemen seperti produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah melebihi kualitas layanan yang diharapkan nasabah (Menengal 2021). *Service quality* dari bank berperan penting dalam operasional bank karena memberikan *Service quality* secara maksimal akan membuat nasabah merasa mendapatkan layanan yang baik (A. Anggraeni & Anggoda, 2022). Artikel bca.co.id menjelaskan

bahwa *Service quality* yang diberikan BCA mencakup keamanan, kenyamanan, kendala, dan kemudahan akses transaksi perbankan. Layanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepuasan nasabah sehingga meningkatkan pula citra bank.

Konsisten Jaga Kepuasan dan Loyalitas Nasabah, BCA Raih SLE Awards 2023

Rezkiana Nisaputra January 27, 2023



Gambar 1.3
SLE Awards (2023)
Sumber: infobanknews.com

BCA adalah salah satu bank yang konsisten dalam menjaga kepuasan dan loyalitas nasabahnya. Pada artikel infobanknews.com tahun 2023 BCA mampu meraih *Satisfaction, Loyalty, & Engagement Awards 2023 (SLE Awards 2023)*. Dengan hasil survey BCA meraih skor tertinggi dengan total nilai sebesar 62,68%. Kategori penilaian *satisfaction index* mencakup *customer service*, satpam, teller, kantor cabang, ATM, dan *mobile banking*. *Customer satisfaction* dapat dirasakan setelah nasabah menerima jasa atau produk yang telah diberikan karena nasabah akan membandingkan jasa atau produk yang mereka terima dengan apa yang diharapkan. (Priharto, 2020). Hal ini merupakan tantangan bagi bank untuk mendapatkan kepuasan dari nasabahnya. Bank harus mampu mendengarkan dan

memberikan respon terhadap harapan nasabah yang memiliki beragam karakteristik dan kebutuhan.

Sisca et al., (2022) mengungkapkan bahwa *perceived value* nasabah akan dirasakan setelah mereka menggunakan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan dana yang dikeluarkan untuk produk atau jasa tersebut. Bank BCA diharapkan mampu memberikan produk atau jasa kepada nasabah sesuai dengan pengorbanan dana dan waktu yang dikeluarkan nasabahnya. Produk atau jasa yang sesuai dengan nasabah akan memberikan nilai baik dibenak nasabah.



Gambar 1.4
Kasus Bank BCA (2021)
Sumber: inside.kompas.com

Berbagai penghargaan yang dicapai oleh BCA tidak menutup kemungkinan bahwa BCA tidak memiliki permasalahan. Artikel inside.kompas.com menyatakan bahwa pada tahun 2021 nasabah BCA memiliki keluhan terkait nomor telepon yang terdaftar pada e-banking tetapi bukan nomor miliknya, kemudian ia mengadu pada customer service BCA tetapi ia tidak menerima solusi yang memuaskan terkait permasalahannya. Masalah tersebut akan mencemari citra BCA karena rasa kecewa

nasabah terhadap harapannya untuk mendapatkan solusi tetapi tidak terpenuhi dan akan menurunkan rasa kepercayaan nasabah terhadap BCA. Pada website cnbcindonesia menjelaskan bahwa tahun 2023, Bank BCA menghadapi kasus yang melibatkan hilangnya saldo sebesar Rp68,5 juta dari rekening nasabah melalui transaksi QRIS. Kejadian ini diduga disebabkan oleh tindakan pembobolan atau peretasan sistem. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian (Budiarno *et al.*, 2022) bahwa *service quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan pada penelitian (Dam & Dam 2021) menjelaskan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* nasabah BCA di kota Surabaya?
3. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya ?
4. Apakah *service innovation* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya.
2. Menganalisis *service quality* yang berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* nasabah BCA di kota Surabaya.
3. Menganalisis *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya.
4. Menganalisis *service innovation* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah BCA di kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yang dapat diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi BCA di Kota Surabaya

Penelitian ini dapat membantu perbankan khususnya BCA untuk mengetahui apakah pelayanan yang telah diberikan untuk nasabah BCA telah memberikan kepuasan atau tidak serta BCA mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang ada.

2. Bagi Penulis

Mampu memperkaya pemahaman terkait kepuasan nasabah BCA di Surabaya terhadap *service quality* yang diberikan oleh BCA di Surabaya.

3. Bagi Pembaca

Dapat memberikan informasi yang baru dan berguna bagi para pembaca yang ingin memahami bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas dan inovasi layanan yang diberikan oleh BCA di Kota Surabaya.

4. Bagi Dunia Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan bagi dunia akademik dengan meningkatkan pemahaman tentang inovasi layanan dan *service quality* yang harus dimiliki tiap perbankan untuk mencapai kepuasan nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam beberapa bab sebagai berikut, dan sistematika penulisan penelitian ini memuat informasi urutan penulisan setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan dasar teoritis yang mencerminkan hipotesis dan analisis dari penelitian serta data terbaru, sekaligus menyajikan dan memberikan pemahaman mengenai dasar teoritis yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup landasan teori yang mendasari perumusan hipotesis serta analisis penelitian dan tinjauan sebelumnya, juga menyajikan interpretasi serta menggambarkan kerangka pemikiran berdasarkan data penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rancangan penelitian yang dijadikan panduan, dimulai dari tahap awal penelitian hingga metode yang akan diterapkan untuk menyelesaikan masalah yang diidentifikasi.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis model pengukuran, dan pengujian hipotesis serta pembahasan atas hasil penelitian yang dianalisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang berisikan atas hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi perusahaan & peneliti selanjutnya.