

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kehidupan modern berkaitan dengan teknologi internet yang berkembang pesat sesuai dengan perkembangan zaman. Teknologi internet menjadi kebutuhan dan fungsi untuk manusia dalam kehidupan sehari-hari terutama bagi suatu perusahaan. Meningkatnya teknologi internet tersebut, diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat proses penjualan ataupun pemasaran pada bisnis di bidang perbankan. Sektor perbankan memanfaatkan dan menjadikan sebuah peluang untuk mengembangkan layanannya sehingga semakin mudah untuk digunakan oleh masyarakat. Persaingan pertumbuhan perbankan semakin kompetitif, sehingga perusahaan perbankan harus melakukan peningkatan pada kualitas produk dan kualitas dalam proses transaksi pelayanan terhadap nasabah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Adanya peningkatan terhadap kinerja layanan diharapkan bisa menumbuhkan kepuasan nasabah dan meningkatkan kesetiaan dari nasabah sendiri (Octavia 2019).

Pada industri jasa keuangan menurut Sabir (2014) menyampaikan bahwa suatu bank yang kompetitif dalam persaingan dapat meningkatkan manfaat melalui penyedia layanan yang unggul terhadap nasabahnya. *Service quality* terhadap nasabah adalah poin penting dalam

menentukan kepercayaan dan kepuasan pelanggan serta menentukan hasil yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, perusahaan tersebut berusaha untuk meningkatkan profit dan reputasi melalui kualitas layanan. Untuk mencapai hal tersebut, Bank BCA harus kompeten dalam pelayanan yang berkualitas yang menguntungkan kepada nasabah dengan meminimalkan ketidaksesuaian antara kinerja pelayanan dengan keinginan nasabah terhadap jasa atau layanan yang digunakan. Kualitas pelayanan atau *service quality* menurut (Manengal 2021) adalah peristiwa dinamis yang berkenaan terhadap barang, jasa, SDM, dan metodologi dan pengaturan yang bisa mencapai atau melampaui kualitas layanan yang diantisipasi. *Service Quality* merupakan sebuah elemen yang perlu dicapai oleh dunia bisnis atau perusahaan, karena akan berdampak agar menarik nasabah baru dan kemungkinan dapat mengurangi berpindahannya nasabah lama ke perusahaan lain. *Service quality* didefinisikan sebagai sebuah tingkat kualitas yang diinginkan untuk mengontrol mengenai tingkat kelebihan yang tercantum agar dapat mewujudkan kebutuhan dan harapan nasabah.

Selain *service quality* terdapat aspek penting yang berhubungan dalam perbankan yaitu *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Kepuasan pelanggan dapat diartikan seperti reaksi perasaan nasabah pada penilaian kinerja yang sesuai dengan harapan. *Customer Satisfaction* merujuk pada penjabaran dari Kotler *et al.*, (2021), adalah respons emosional berupa preferensi atau keengganan yang dirasakan oleh seorang individu sesudah mengevaluasi performa sebenarnya pada sebuah produk dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. *Customer*

*Satisfaction* adalah kunci yang sangat berpengaruh karena memungkinkan untuk dapat melihat apakah nasabah telah menerima pelayanan yang terbaik dari karyawan yang bekerja di Bank BCA.

*Perceived value* adalah penilaian komprehensif nasabah terhadap keunggulan atau layanan suatu produk sehubungan atas penawaran dan manfaatnya. *Perceived value* mengacu pada penilaian konsumen bahwa nilai yang diberikan selaras terhadap nilai atau usaha yang diberikan dalam rangka memperoleh produk atau jasa tersebut (Kataria and Saini 2019). Bank BCA diharapkan dapat memberikan keuntungan atau fungsi yang setara sesuai dengan produk yang diterima oleh nasabah dengan baik, agar nasabah dapat merasakan nilai yang dirasakan atau lebih dari biaya yang dibayarkan.

*Service delivery* merupakan suatu aktivitas yang memberikan kemudahan berupa pelayanan mengantarkan atau mengirimkan produk atau jasa kepada nasabah. Menurut Philip Kotler (2005:80), *Service delivery* diartikan sebagai proses persetujuan pesanan, pengiriman barang/produk tepat waktu, dan penerimaan komunikasi.

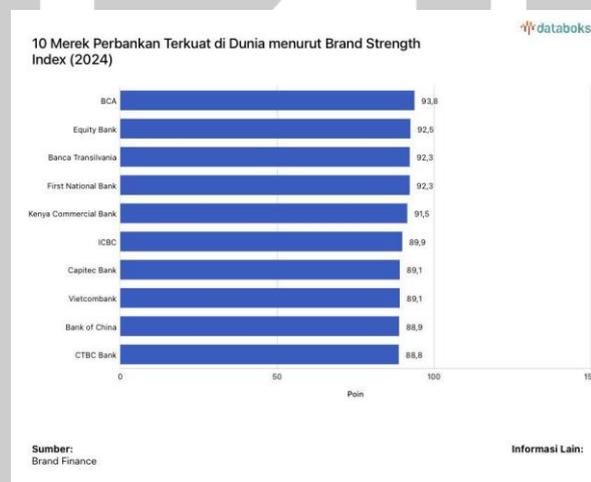
BCA adalah bank transaksi swasta terkemuka dengan jaringan elektronik luas di seluruh Indonesia, yang memiliki banyak cabang di setiap kota. Bank BCA menjadi alat transaksi nasabah untuk melakukan simpan pinjam ataupun layanan lainnya (Subagja and Susanto 2019). Dengan adanya persaingan yang ketat di pasar mendorong Bank BCA meningkatkan keunggulannya dalam kualitas pelayanan, loyalitas produk, citra perusahaan serta diharapkan nasabah mendapat kepuasan

nasabah. Bank Central Asia (BCA) senantiasa berusaha untuk melakukan peningkatan pelayanan serta berupaya untuk menerapkan visi yang dimiliki Bank BCA yaitu Bank alternatif kepercayaan masyarakat yang berperan menjadi penyangga utama perekonomian Indonesia (BCA n.d.). Bank BCA memiliki berbagai macam layanan produk perbankan yang mudah untuk diakses secara langsung dan melalui telepon seluler/jaringan internet oleh Nasabah untuk melakukan transaksi. Layanan aplikasi Bank BCA yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan dapat memberikan kemudahan transaksi dan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya seperti cek rekening, transfer antar bank, history, pembayaran dan yang lainnya dengan memperhatikan keamanan (BCA Mobile n.d.). Bank BCA memiliki layanan *Cash Delivery* yang digunakan untuk layanan jasa pengantaran uang tunai secara langsung pada lokasi dan waktu yang telah ditentukan antara BCA dan nasabah bisnis. Adanya layanan *cash delivery* tersebut dapat dipastikan aman dan memudahkan nasabah yang akan melakukan pengiriman uang tunai dalam jumlah besar (BCA n.d.).

Pada Riset Populix berjudul “*Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*” yang dilangsungkan di Mei 2022, yang mengikutsertakan 1.000 partisipan pada rentang usia 18-55 tahun, membuktikan bahwa Aplikasi BCA Mobile milik BCA merupakan platform mobile banking yang sangat populer di kalangan nasabah. Enam puluh persen responden mendukung aplikasi ini. Sekitar 600 orang memilih menggunakan Bank BCA untuk bertransaksi melalui BCA Mobile (Redaksi 2023). Pada total penilaian dalam survei “*Satisfaction, Loyalty,*

*and Engagement (SLE)*” 2022 yang diluncurkan oleh “Infobank dan *Marketing Research* Indonesia (MRI)”, Bank BCA berhasil memegang posisi tiga besar.

Bank BCA memiliki banyak keunggulan dan prestasi yang didapat serta memiliki banyak terobosan baru yang digemari oleh nasabahnya yang mengharapkan layanan. Salah satu prestasinya yaitu Bank BCA mendapatkan gelar bank 10 Merek Perbankan Terkuat di Dunia merujuk pada *Brand Strength Index* (2024). BCA mempunyai skor Brand Strength Index (BSI) terbesar dibanding *brand* perbankan lainnya, yakni memiliki skor 93,8 dari skala 100. Selain itu BCA turut mengamankan posisinya menjadi bank yang mempunyai nilai aset pasar terbesar di Asia Tenggara. Nilai aset pasar BCA pada tahun 2022 menyentuh 68,5 miliar dolar AS.



Sumber: *Brand Finance*

Gambar 1. 1

*Brand Strength Index* (2024)

Selain itu, kepercayaan nasabah Bank BCA terus meningkat konsisten, sampai dengan tahun 2023 tercatat bahwa jumlah rekening nasabah mengalami

pertumbuhan sebesar 17,1% YoY (*year over year*) menjadi 38,8 juta. Dalam peningkatan aktivitas transaksi perbankan seiring dengan pertumbuhan jumlah rekening nasabah. Pada sembilan bulan pertama tahun 2023, total volume transaksi BCA mengalami kenaikan sebesar 26,8% YoY (*year over year*) mencapai 22 miliar transaksi. Sehingga fenomena-fenomena tersebut dapat mendasari penelitian ini untuk menganalisis variabel-variabel yg digunakan apakah berdampak signifikan terhadap *customer satisfaction*.



Sumber: *Global Finance*

Gambar 1. 2

Bank Terbesar di Asia Tenggara 2022

Meskipun Bank BCA memiliki kepuasan pelanggan yang bagus namun Bank BCA sering menghadapi kasus atau masalah yang terjadi dengan nasabahnya. Salah satu kasus yang telah terjadi pada Bank BCA adalah Uang nasabah BCA hilang Rp 135 Juta dari rekening nasabah (Primadhyta 2022). Selain itu Bank BCA pernah mengalami kasus 20.000 data nasabah Bank BCA dijual melalui situs gelap atau *Dark Web* (Putri 2023). Serta terdapat kasus yang telah terjadi di Bank BCA Surabaya yaitu kasus pembobolan rekening nasabah BCA di Surabaya oleh tukang

becak. Sehingga kasus atau masalah tersebut dapat mendasari penelitian ini menganalisis terhadap Bank BCA.



Sumber: CNN Indonesia

Gambar 1. 3

Kasus Bank BCA

Merujuk pada studi terdahulu yang dilangsungkan oleh (Sumantri *et al.* 2023) berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Perceived Value*, Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Nasabah BCA Di Surabaya” hasilnya menunjukkan bahwa “*service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA di Surabaya dapat diterima.” Merujuk pada penelitian terdahulu oleh (Dam and Dam 2021) yang berjudul “*Relationship Between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*” yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Kualitas pelayanan di Bank BCA semakin membaik yang ditandai dengan interaksi terhadap nasabah yang hangat dan sopan, pelayanan yang efisien dan sesuai terhadap jangka waktu yang ditawarkan, serta pemberian solusi dan penjelasan yang optimal kepada nasabah. Tetapi, temuan studi tersebut bertolak belakang terhadap studi yang dilangsungkan oleh (Andalusi 2021) yang

berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada nasabah PT.BCA *Finance*, Kantor Pusat Jakarta Selatan)” yang menjabarkan bahwa “Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan atas Kepuasan Pelanggan.”

Merujuk pada permasalahan diatas, studi ini dimaksudkan dalam menganalisis “Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Service Delivery* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Nasabah Bank BCA di Kota Surabaya”. Temuan studi ini diharapkan bisa memperkaya wawasan yang bermakna untuk nasabah Bank BCA dalam mendapatkan informasi serta bagi Bank BCA dalam mengembangkan kualitas yang lebih efektif dan efisien serta meningkatkan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai target perusahaan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang dipilih yaitu :

1. “Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya?”
2. “Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya?”
3. “Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya?”
4. “Apakah *service delivery* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian yaitu :

1. Menganalisis “pengaruh signifikan *service quality* terhadap *perceived value* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya”
2. Menganalisis “pengaruh signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya”
3. Menganalisis “pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya”
4. Menganalisis “pengaruh signifikan *service delivery* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya”

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian tersebut, studi ini diproyeksikan bisa menyediakan manfaat seperti berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya studi ini, bisa diproyeksikan untuk memperkaya ilmu pengetahuan peneliti dalam mengetahui cara yang benar melakukan penelitian dan memberi pengetahuan lebih terkait Bank Bca serta memberi manfaat untuk peneliti pada jenjang selanjutnya.

2. Bagi Pembaca

Melalui temuan studi ini, bisa dimanfaatkan pembaca menjadi suatu data atau informasi dan penunjang yang relevan terhadap variabel yang digunakan.

3. Bagi Perusahaan

Melalui temuan studi ini, diproyeksikan bisa dijadikan gagasan baru serta masukan dalam menyiapkan rencana berikutnya Bank BCA pada masa mendatang.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ini diklasifikasikan ke dalam beberapa bab yang saling berkorelasi, di antaranya yakni:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini menjabarkan mengenai “Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan Skripsi.”

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini menjabarkan mengenai “penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.”

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini menjabarkan mengenai tahapan atau langkah dalam memahami suatu fenomena pada penelitian melalui penerapan tahapan-tahapan yang sistematis. Pada bagian ini akan mengkaji mengenai “rancangan penelitian, Batasan penelitian, Identifikasi variabel, Definisi operasional dan pengukuran variabel, Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, Uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dan teknik analisis data.”

**BAB IV            GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bagian ini membahas tentang gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif, evaluasi model pengukuran, pengujian hipotesis dan pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis.

**BAB V            PENUTUP**

Bagian ini membahas tentang kesimpulan penelitian yang mencakup jawaban atas rumusan masalah, pembuktian hasil hipotesis, keterbatasan penelitian serta saran sebagai pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.