

**KEPUASAN NASABAH DALAM TRANSFORMASI LAYANAN PERBANKAN
DIGITAL PT BANK CENTRAL ASIA, TBK (Studi Pada PT Bank Central Asia, TBK
Kantor Cabang Pembantu Hasanudin)**

Vanya Noverina, Kurniawan Prasetyo

Universitas Mercu Buana, PT KIE Indonesia

vanya@kumon.co.id, kurniawan.prasetyo@mercubuana.ac.id

Abstrak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh suatu industry khususnya pada transformasi layanan digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara (in depth interview) dengan nasabah BCA KCP Hasanudin serta meminta setiap informan untuk menjelaskan pendapat mereka terhadap layanan digital yang mereka rasakan. Berdasarkan kesenjangan Gap, Baby Boomers dapat menerima perubahan namun terkendala saat penggunaannya, Generasi X dapat beradaptasi namun lebih memilih untuk langsung bertransaksi di cabang, dan Generasi Millenials dapat menikmati perubahan digital dan memudahkan dalam kehidupan sehari – hari. Dan Generasi Z dapat beradaptasi dengan cepat terhadap transformasi layanan digital tersebut.

Kata Kunci : Kepuasan Nasabah, Transformasi Layanan, Perbankan Digital

Abstract. This study aims to determine the quality of services provided by an industry, especially in digital service transformation. This study used a qualitative method by conducting in-depth interviews with BCA KCP Hasanudin customers and asking each informant to explain his opinion about the digital services he experienced. Based on Gap Gap, Baby Boomers can accept change but are constrained when using it, Generation X can adapt but prefer to transact directly at branches, and Millennials can enjoy digital change and make everyday life easier. And Generation Z can adapt quickly to this digital service transformation.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Transformation, Digital Banking

PENDAHULUAN

Latar Belakang. Transformasi Layanan Digital merupakan salah satu layanan digital yang memanfaatkan data nasabah atau pelanggan sebagai landasan untuk memberikan akses layanan menjadi lebih cepat. Menurut Kotler (Laksana, 2018:85), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak terhadap pihak yang lainnya, yang pada dasarnya tidak memiliki kepemilikan atau tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller (2012), Kepuasan Nasabah merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Pelanggan akan merasa senang dan puas serta menjadi pelanggan tetap dan memberikan informasi baik tersebut kepada calon pelanggan lainnya.

Dengan adanya mesin digital dan fitur layanan yang sudah disebutkan dan transformasi yang cukup signifikan, maka dari itu seluruh nasabah PT. Bank Central Asia akan diarahkan untuk beradaptasi dengan layanan digital tersebut. Jenis perubahan layanan digital tersebutpun akan memberikan resiko terhadap perusahaan dan juga nasabah.

Dari sekian banyak nasabah PT. Bank Central Asia, Tbk, tidak semua nasabah memiliki sudut pandang yang sama terhadap perubahan layanan digital. Beberapa dari mereka akan memiliki sudut pandang yang berbeda bahkan keterkaitan antara teknologipun akan berbeda, terutama berdasarkan kesenjangan Gap seperti Baby Boomers, Gen X, Millenials serta Gen Z. Hal tersebut akan memberikan perbedaan terhadap kemampuan nasabah dalam beradaptasi

dengan transformasi layanan digital serta perbedaan pendapat nasabah pada kualitas layanan yang diberikan apabila seluruh kebutuhan nasabah dilayani dengan menggunakan mesin digital yang tersedia di BCA KCP Hasanudin.

Seperti yang kita ketahui bahwa kesenjangan Gap tersebut memiliki kemampuan penggunaan teknologi yang berbeda – beda. Generasi Baby Boomers merupakan generasi pertama yang berkenalan dengan komputer, dimana mereka berpendapat bahwa Internet merupakan hal yang baru dan berbeda perbandingannya dengan Generasi X yang dikatakan sebagai generasi up to date terhadap komputer / internet serta Generasi Millennial yang lahir dalam waktu teknologi berada di sekitar mereka.

Fokus Penelitian. Bagaimana Kepuasan Nasabah Dalam Transformasi Layanan Perbankan Digital Pada PT. Bank Central Asia, Tbk dengan studi pada BCA Kantor Cabang Pembantu Hasanudin?

Tujuan Penelitian. Untuk mengetahui hasil analisa terkait dengan Kepuasan Nasabah Dalam Transformasi Metode Layanan Digital Perbankan PT Bank Central Asia, Tbk dengan studi pada BCA Kantor Cabang Pembantu Hasanudin.

Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis / akademis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan untuk ilmu komunikasi pelanggan (customer relations), b) Dapat dijadikan referensi untuk pembahasan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah terhadap layanan digital perbankan, c) Dapat memberikan informasi dan ilmu pengetahuan terkait hubungan antara layanan dengan kepuasan pelanggan.

Manfaat praktis

1. Dapat memberikan saran dan masukan kepada perusahaan terkait tanggapan nasabah BCA KCP Hasanudin dalam layanan digital perbankan,
2. Dapat dijadikan input dalam pengambilan keputusan dan kebijakan pada perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah BCA KCP Hasanudin.

KAJIAN TEORI

Public Relations. Public Relation merupakan sebuah alat manajemen modern yang digunakan internal pada suatu kelembagaan atau organisasi, sehingga fungsi dari PR sendiri tidak terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut. Public Relation memiliki fungsi utama sebagai peran utama dalam komunikasi. Onong (1998:36) mengutip bahwa fungsi dari Public Relation adalah (1) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, (2) Menciptakan komunikasi 2 arah kepada public dan menyalurkan opini public kepada internal perusahaan, (3) Memberikan pelayanan terhadap public dan memberikan masukan kepada internal organisasi guna kebaikan organisasi, (4) Me-maintenance hubungan baik secara harmonis antara organisasi dengan public baik internal ataupun eksternal. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Public Relation bukan hanya sekedar memberikan fungsi teknis terhadap organisasi ataupun public, namun manajerial yang memberikan tanggung jawab atas terselenggaranya hubungan yang signifikan antara public dengan organisasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa praktisi PR dalam penelitian ini diharapkan mampu dapat menjembatani hubungan baik antara nasabah dan juga perusahaan serta mempertahankan hubungan yang harmonis baik secara internal ataupun eksternal.

Stakeholder Relations

Definisi Stakeholder Menurut Freeman dan McVea (2001) adalah setiap kelompok atau

individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh setiap pencapaian tujuan organisasi. Dalam mengembangkan Stakeholder Theory, Tarigan (2013) memperkenalkan 2 konsep model yaitu : (1) Model kebijakan dan perencanaan bisnis, dan (2) Model tanggung jawab social perusahaan dari manajemen stakeholder. Didalam model pertama dapat dikatakan bahwa stakeholder theory berfokus pada cara – cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk melakukan hubungan baik serta menjadi jembatan antara perusahaan dengan stakeholder-nya.

Customer Relations. Menurut Ibnu (2022), Customer Relations dapat dikatakan sebagai sebuah strategi untuk mempertahankan hubungan baik antara perusahaan dan juga pelanggan agar tetap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka yang panjang dan tidak lari kepada kompetitor. Tujuan dalam membangun Customer Relations adalah untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dengan segala aspek dalam perusahaan. Customer Relations memiliki fungsi inbound dan juga outbound dimana hal tersebut meliputi kemampuan perusahaan ketika menghadapi kendala sekaligus pendekatan untuk memiliki pengalaman yang baik pada perusahaan.

Kepuasan Nasabah (Satisfaction). Kepuasan berasal dari kata “Puas” yang memiliki makna dalam KBBI yaitu perasaan senang (lega, gembira, kenyang, dan sebagainya karena sudah terpenuhi segala hasrat hatinya). Kepuasan itu sendiri memiliki arti perihal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya. Menurut Tjiptono (2012), Kepuasan Nasabah memiliki pengertian bahwa situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka (konsumen) menyadari bahwa seluruh kebutuhan dan keinginannya sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.

Layanan. Layanan atau service merupakan jasa yang diberikan oleh perusahaan baik individu atau organisasi terhadap nasabah. Hal ini diperlukan sebagian besar untuk menangani keluhan nasabah, membantu kendala yang sedang dialami oleh nasabah, serta memberikan solusi terkait produk yang nasabah butuhkan. Pelayanan merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dipandang sebelah mata dalam persaingan bisnis manapun, karena dengan adanya pelayanan yang diberikan setiap perusahaan dapat menentukan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Transformasi Perbankan Digital. Perkembangan digital yang terjadi di dunia memberikan dampak yang beragam terhadap seluruh jenis industry yang salah satunya adalah industry perbankan Indonesia. Sektor perbankan mengandalkan teknologi untuk melakukan pelayanan terhadap nasabah. Hadirnya beragam perubahan fasilitas secara online memperlihatkan perubahan perbankan ke arah digital yang sebagai contoh ; fasilitas Anjungan Teller Mandiri (ATM), mobile banking, internet banking, e-service, star teller, e-branch, CS Digital. Layanan Transformasi Perbankan Digital itu sendiri memiliki tujuan terhadap nasabah untuk membantu memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi baik dalam finansial ataupun administratif secara online. Kemudahan ini perlu dilakukan oleh setiap nasabah dan bergegas adaptasi dengan perubahan yang ada.

METODE

Paradigma Penelitian. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Paradigma adalah sebuah model dalam teori ilmu pengetahuan atau dalam kehidupan sehari – hari dapat dikatakan sebagai istilah berpikir. Menurut Thomas Kuhn (The Structure of Scientific Revolution, 2012), Paradigma merupakan suatu landasan berpikir, konsep dasar, dan juga landasar berpikir yang dipakai dalam konsep dasar para ilmuwan dalam melakukan studinya. Menurut Moleong (2012), Kualitatif merupakan paradigma kontivisme yang sifatnya deskriptif

analitis, komparatif, menitik beratkan pada makna, dan data yang diperoleh dapat melalui hasil pengamatan dan analisis dokumen.

Metode Penelitian. Pendekatan yang dilakukan oleh penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode Studi Kasus (case study). Dimana Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif merupakan sebuah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisa suatu peristiwa, fenomena, pemikiran suatu kelompok atau individu. Metode ini juga dapat dikatakan sebagai metode interpretive, karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan dilapangan.

Subjek Penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membutuhkan subjek penelitian dalam memperoleh data dan informasi untuk diolah menjadi sebuah vdata. Dimana menurut Moleong (2017) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan dan memanfaatkan manusia sebagai informan tentang situasi dan topik penelitian yang diambil oleh peneliti. Sumber informan yang akan digunakan oleh peneliti adalah nasabah dari PT Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Hasanudin yang dikategorikan menjadi 4 bagian yaitu; Baby Boomers, Gen X, Millenials serta Gen Z. Berikut adalah sumber informan pada penelitian kali ini : Baby Boomers : ALH (58), Gen X : L (52), Millenials : HB (29), Gen Z : FCH (22).

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer.

Wawancara (Interviews). Menurut penjelasan dari Wikipedia, Wawancara atau Interviews merupakan sebuah kegiatan tanya – jawab secara lisan dalam memperoleh sebuah informasi. Bentuk informasi dalam melakukan wawancara dapat beragam seperti tulisan, atau direkam secara audio, visual ataupun audiovisual. Wawancara digunakan untuk melakukan sebuah penelitian guna mengatasi kelemahan dalam observasi pengumpulan data.

Data Sekunder. Sumber data sekunder merupakan pengumpulan informasi yang didapatkan dari sumber lain yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan mendapatkan data yang sudah diolah sehingga penulis tidak perlu mengumpulkan data secara langsung. Biasanya data yang digunakan sudah dalam bentuk diagram, grafik, atau table yang sudah menjelaskan informasi penting secara ringkas.

Teknik Analisis Data. Aktivitas dalam menganalisa data tersebut adalah : Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, Kesimpulan dan Verifikasi

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti harus memberikan kepercayaan kepada pembaca sesuai yang dilakukan dengan pemeriksaan keabsahan data. Menurut Lexy J. Moleong (2018), kriteria keabsahan data terdiri dari empat jenis yaitu ; (1) Kepercayaan (credibility), (2) Keteralihan (transferability), (3) Ketergantungan (dependability), (4) Kepastian (konfirmability). Pada penelitian kali ini, peneliti memilih menggunakan teknik Triangulasi Sumber Data, dimana teknik tersebut adalah menggali sebuah kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi, atau juga dengan melakukan wawancara lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Salah satunya adalah melakukan wawancara terhadap Gap Analysis yang akan dilakukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek Penelitian Sejarah PT. Bank Central Asia, Tbk. PT. Bank Central Asia, Tbk merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang perbankan. BCA

ini didirikan pada tanggal 21 Februari 1957.

BCA juga meluncurkan beragam inovasi layanan digital pada tahun 2019, seperti BCA Keyboard, Mesin digital (E-service, star teller, CS Digital, dll), BCA Mobile dan WELMA (mobile apps untuk Wealth Management). BCA juga mengembangkan konsep future branch model dengan memanfaatkan beragam perangkat teknologi digital.

Tabel 1. Visi, Misi dan Tata Nilai PT. Bank Central Asia, Tbk

Visi	Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.
	1) Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan,
Misi	2) Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah,
	3) Meningkatkan nilai <i>franchise</i> dan nilai <i>stakeholder</i> BCA



Gambar 2. PT Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Hasanudin.

BCA KCP Hasanudin berlokasi di Jl. Sultan Hasanudin Kav 47 – 48 Gd. Daniprisma, Melawai, Kebayoran Baru – Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Disertai dengan nomor telfon : 021 – 7257075 dan nomor fax : 021 – 72790957. BCA KCP Hasanudin merupakan salah satu kantor cabang kelas C dimana kantor cabang tersebut merupakan salah satu bagian dari Kantor Cabang Utama Kebayoran Baru. BCA KCP Hasanudin tergabung dalam Kantor Wilayah 8.

Di dalam BCA KCP Hasanudin terdapat sistem penilaian kepuasan nasabah yang disebut dengan Best Service Quality. Dimana terdapat beragam fungsi dari Best Service Quality pada kinerja kantor cabang BCA KCP Hasanudin. Dengan adanya kesenjangan Gap serta keadaan yang berbeda mengenai literasi digital, maka pemilihan informan dengan dibedakan antara kesenjangan Gap dapat membantu peneliti untuk mengetahui lebih dalam apa yang masing – masing dirasakan oleh informan terkait pandangannya terhadap Transformasi Layanan Digital yang khususnya ada pada BCA KCP Hasanudin.

Dengan adanya perbedaan pandangan dan pendapat, hal tersebut dapat meningkatkan kinerja serta layanan bahkan mampu membuat citra positif perusahaan yang akan di sampaikan pada poin pembahasan.

Deskripsi Informan

1. Anggi Lieman Honggosaputra (58), Baby Boomers, Nasabah prioritas BCA KCP Hasanudin. Merupakan Senior Civil Engineer PT. Multiroyal Nusajaya.
2. Linda (52), Gen X, Nasabah regular BCA KCP Hasanudin yang sangat sering melakukan transaksi di BCA KCP Hasanudin. Informan merupakan seorang Ibu Rumah Tangga memiliki 2 anak dewasa.

3. Handoko Budiman (29), Millenials, Nasabah regular BCA KCP Hasanudin. Merupakan finance accounting PT. Mitra Sarana Purnama
4. Filbert Christian (22), Gen Z, Nasabah regular BCA KCP Hasanudin. Merupakan mahasiswa Universitas Pakuan & bekerja freelance di RELX.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan BCA KCP Hasanudin

1. Staff BCA KCP Hasanudin dapat mempermudah transaksi nasabah,
2. Maksudnya adalah setiap nasabah yang datang dan melakukan transaksi di BCA KCP Hasanudin dapat dipenuhi kebutuhannya baik dari awal penyambutan oleh Security ataupun staff pekerjajanya seperti CSO maupun Teller sesuai dengan bidangnya masing – masing.
3. Staff BCA KCP Hasanudin komunikatif,
4. Setiap nasabah BCA KCP Hasanudin dapat menerima setiap informasi yang mereka butuhkan. Dengan adanya staff yang komunikatif, maka point tersebut dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap nasabah terhadap experience-nya dalam melakukan transaksi di cabang.
5. Staff BCA KCP Hasanudin mampu memberikan solusi yang tepat,
6. Setiap nasabah berkemungkinan untuk mengalami kendala dalam melakukan transaksi pada perbankan, maka dari itu Staff BCA KCP Hasanudin perlu untuk membantu kendala yang dialami nasabah dan memberikan solusi yang tepat. Kendala tersebut memungkinkan dihadapi secara mobile ataupun secara langsung dengan adanya transaksi di cabang.
7. Staff BCA KCP Hasanudin selalu konsisten dalam membantu nasabah,
8. Dengan adanya Generasi Baby Boomers dan Generasi X menunjukkan bahwa memang BCA KCP Hasanudin sudah berdiri dengan waktu yang cukup lama, mereka merasakan adanya pergantian pimpinan. Dan walaupun adanya perubahan pimpinan ataupun staff, mereka tetap secara konsisten mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari setiap staff BCA KCP Hasanudin.

Produk Transformasi Layanan Digital BCA KCP Hasanudin

Mesin E-Service. Nasabah dapat mengetahui bahwa mesin e-service ini memiliki fungsi untuk membantu nasabah dalam melakukan cetak buku, ganti buku, pendaftaran mobile banking dengan nomor baru, serta pendaftaran internet banking. Mesin tersebut juga memiliki fitur yang sangat secure dikarenakan memerlukan scan fingerprint apabila menggunakan KTP, serta menggunakan PIN dari kartu debit nasabah yang bersangkutan untuk melakukan transaksi di mesin e-service.

Mesin E-Service ini dinilai sangat membantu, memudahkan dan mempercepat transaksi nasabah di cabang.

Tak hanya itu, narasumber juga berpendapat bahwa dengan adanya mesin E-Service maka beliau merasa kurangnya interaksi antara staff dengan nasabah.

Mesin CS Digital. Nasabah dapat mengetahui bahwa mesin CS Digital ini memiliki beragam fungsi untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi non-finansial seperti ; cetak kartu pembukaan rekening online, ganti kartu, pemesanan kartu konvensional, dan buka blokir mobile banking. Mesin tersebut dinilai kurang lebih sama seperti mesin E-Service bahwa CS Digital mampu membantu menyelesaikan solusi nasabah serta memudahkan nasabah dalam bertransaksi non-finansial.

Selain itu, CS Digital juga merupakan salah satu inovasi digital yang diberikan BCA dengan memiliki tingkat sekuritas yang tinggi. Dengan adanya sekuritas yang tinggi serta wajib

diperlukannya pengkinian data.

Mesin Star Teller. Star Teller merupakan salah satu inovasi dari BCA yang diketahui nasabah untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi setor dan tarik di Teller dengan nominal dibawah 50jt rupiah. Mesin ini dinilai sangat membantu nasabah dan dapat mempercepat antrian dicabang.

Aplikasi E-Branch. E-Branch juga merupakan salah satu inovasi yang berbasis aplikasi dan sudah diketahui nasabah BCA KCP Hasanudin dengan fungsi untuk ; dijadikan sebagai elektronik slip serta melakukan pengajuan kartu kredit. Aplikasi E-Branch disambut dengan baik dan diberikan nilai memuaskan oleh nasabah, inovasi tersebut dikatakan dapat membantu efisiensi serta kemudahan nasabah dalam melakukan pengecekan kembali transaksi di Teller.

Aplikasi Halo BCA. Halo BCA merupakan salah satu hotline BCA yang diperuntukkan untuk nasabah BCA agar dapat melaporkan kendala atau ketidak-nyamanan bertansaksi dengan cara melalui telfon ke nomor 1500 888. Nasabah BCA KCP Hasanudin sudah mengetahui bahwa selain adanya telfon 1500 888 tersebut, BCA juga memberikan inovasi terkait Halo BCA dengan menggunakan aplikasi yang dapat diunduh oleh setiap nasabah pada handphone-nya masing – masing. Nasabah berpendapat bahwa aplikasi tersebut merupakan inovasi yang sangat membantu nasabah dan dapat memberikan kemudahan bagi seluruh nasabah BCA.

Aplikasi Halo BCA dinilai dapat membantu menghemat nasabah dalam penggunaan pulsa, cukup dengan internet datapun nasabah dapat menghubungi Halo BCA dengan cepat. Namun dalam jam tertentu memang nasabah perlu menunggu untuk terhubung dengan Customer Service.

Aplikasi BCA Mobile. BCA Mobile adalah salah satu aplikasi finansial dari BCA untuk nasabahnya agar dapat melakukan transaksi secara online. Nasabah BCA KCP Hasanudin sudah merasakan manfaatnya dan juga dampak baiknya terhadap kebutuhan mereka setiap hari. Salah satunya adalah untuk membantu transaksi transfer, pembayaran, dll.

Narasumber juga menegaskan bahwa BCA Mobile memang memiliki tingkat sekuritas yang tinggi, bahkan aplikasi tersebut hanya bisa di akses pada handphone yang sesuai dengan nomor yang terdaftar.

Strategi & Promosi di BCA KCP Hasanudin

Melalui Sosial Media BCA KCP Hasanudin. Nasabah BCA KCP Hasanudin dapat mengetahui beragam informasi, aktivitas yang dijalankan BCA KCP Hasanudin dan promo yang ter-update melalui media sosial yakni dari Instagram BCA KCP Hasanudin.

Nasabah dapat menerima informasi promosi melalui story whatsapp yang di-upload oleh staff BCA KCP Hasanudin ataupun melalui personal text antara staff dengan nasabah.

Melalui Banner & Flyer. Beberapa informasi terbaru yang update juga dapat ditemukan nasabah saat melakukan transaksi di cabang.

Pembahasan. PT. Bank Central Asia, Tbk memiliki visi dan misi dengan tujuan untuk mengutamakan kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam mengembangkan produk dan layanan agar tetap menjadi bank pilihan nasabah dalam melakukan transaksi finansial maupun non finansial.

Salah satu inovasi untuk memberikan layanan terhadap nasabah merupakan Transformasi Layanan Digital. Transformasi Layanan Digital merupakan salah satu inovasi yang dilakukan oleh PT. Bank Central Asia, Tbk untuk meningkatkan kinerja kantor cabang

guna membantu transaksi nasabah baik secara finansial ataupun non-finansial. Setiap perubahan atau transformasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan memberikan dampak, baik itu negatif ataupun positif terhadap konsumennya.

Dengan adanya layanan, promosi, dan strategi yang dimiliki oleh perusahaan dalam lampiran hasil penelitian 4.2, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa; (1) Nasabah dapat menerima informasi terkait layanan terbaru atau cara penggunaan mesin digital baik secara langsung atau melalui promosi sosial media, (2) Nasabah dapat menerima informasi promosi prodak yang sedang diluncurkan oleh BCA kepada public, (3) Nasabah juga dapat mengetahui informasi seputar layanan (seperti hari libur, layanan online, dsb).

Informasi yang dimaksud adalah dapat mengandung beragam produk / layanan serta solusi, dan yang paling utama adalah terhadap perubahan digital layanan yang terjadi di BCA KCP Hasanudin. Dan peneliti berpendapat bahwa dengan adanya petugas staff di BCA KCP Hasanudin, perubahan layanan transformasi digital tersebut tetap dapat memberikan pengalaman tersendiri terhadap masing – masing nasabah.

Generasi Baby Boomers. Nasabah terkendala dalam melakukan adaptasi dengan transformasi layanan digital yang ada di kantor cabang. Namun dengan bantuan staff di kantor cabang, maka mereka tetap dapat merasakan experience menggunakan layanan digital sehingga memberikan nilai trust tersendiri kepada perusahaan

Generasi X. Nasabah mampu menjalankan transaksi baik finansial maupun non finansial dengan layanan digital ataupun mesin digital yang ada. Namun, nasabah lebih memilih untuk datang ke cabang untuk bertransaksi secara langsung dengan staff di kantor cabang.

Generasi Millenials. Nasabah merasa sangat terbantu dengan adanya transformasi layanan digital. Bukan hanya di kantor cabang BCA KCP Hasanudin, nasabah juga dapat melaksanakan transaksi lainnya dimanapun dan kapanpun. Terlebih lagi, perubahan digital tersebut dapat membantu nasabah ditengah kesibukannya pada jam kerja.

Generasi Z. Nasabah mampu beradaptasi dengan sangat mudah terhadap layanan digital baik itu digital banking atau mesin digital yang terdapat di kantor cabang. Namun, nasabah mengkhawatirkan bahwa kedepannya tidak ada lagi staff yang bekerja di kantor cabang melainkan akan terdapat banyak mesin digital sehingga memberikan dampak pengurangan SDM.

Berdasarkan seluruh hasil penelitian serta pembahasan yang sudah di jelaskan oleh peneliti, maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa nasabah BCA memiliki pandangan atau pendapat mengenai PT. Bank Central Asia, Tbk bahwa :

BCA memberikan pelayanan yang memuaskan / service terbaik. Staff mampu memberikan pelayanan kepada nasabah baik pada jam kerja ataupun di luar jam kerja melalui aplikasi Halo BCA.

BCA merupakan bank yang sangat up to date. Perusahaan mampu mengikuti perkembangan zaman serta digitalisasi yang terjadi pada seluruh industri.

BCA selalu memberikan solusi yang tepat terhadap nasabahnya. Staff diberikan pemahaman product dan juga mesin digital yang ada sehingga staff mampu memberikan solusi dan membantu nasabah pada setiap permasalahan yang terjadi di kantor cabang.

BCA dapat memberikan trust terhadap nasabah. Nasabah dapat mempercayai bahwa BCA menjaga serta memberikan privacy yang aman terhadap nasabahnya terhadap transformasi layanan digital. Seperti penggunaan KTP, OTP, CVV, serta PIN yang hanya diketahui oleh

nasabah yang bersangkutan.

Satu hal yang dapat peneliti lihat adalah setiap informan dapat dengan cepat mengetahui seluruh transformasi yang dilakukan oleh BCA. Dan seluruh inovasi tersebut sudah dirasakan manfaatnya oleh masing – masing informan.

PENUTUP

Kesimpulan. Perubahan tersebut juga dapat memberikan pengaruh baik maupun buruk bagi penggunaannya dan juga terhadap industri yang bersangkutan. Pada umumnya perubahan teknologi dapat disimpulkan memiliki tujuan untuk meningkatkan efisiensi aktivitas sehari – hari antara konsumen dan perusahaan terutama pada bagian perbankan yang sedang diteliti oleh peneliti saat ini.

Beragam inovasi dan perubahan telah dilakukan oleh PT. Bank Central Asia, Tbk dimana khususnya peneliti melakukan penelitian pada BCA KCP Hasanudin yang sudah melakukan perubahan dengan memiliki mesin digital dan produk layanan digital BCA. Perubahan tersebut cukup signifikan dan sangat dirasakan seluruh nasabah yang pada umumnya dirasakan oleh generasi Baby Boomers, dimana mereka sudah merasakan manfaat dan juga layanan yang diberikan oleh BCA sejak tahun 1990-an.

Tak hanya Baby Boomers, Generasi lainnya juga merasakan efisiensi, manfaat dan juga kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dalam kehidupan sehari – hari. Setiap mesin digital dan beragam inovasi produk yang sudah di ciptakan oleh BCA dapat memberikan fungsi dan manfaat yang berbeda – beda sehingga sepenuhnya dapat memenuhi perbedaan kebutuhan seluruh nasabah. Nasabah BCA KCP Hasanudin pun merasa puas terhadap inovasi yang telah dilakukan oleh BCA KCP Hasanudin.

Saran. Dengan diselesaikannya penelitian yang dilakukan peneliti terkait penelitian “Kepuasan Nasabah Dalam Transformasi Layanan Perbankan Digital PT. Bank Central Asia, Tbk Studi Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Hasanudin”, penulis juga akan memberikan saran baik terhadap penelitian tersebut baik dalam sudut pandang akademis maupun praktis.

Saran Akademis. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam melaksanakan penelitian ini dan peneliti berharap akan :

1. Dalam penelitian berikutnya, peneliti selanjutnya dapat melakukan pengkajian dan fenomena terkait Transformasi Layanan Digital yang terjadi pada nasabah PT. Bank Central Asia untuk mengukur kepuasan nasabah secara menyeluruh dengan menggunakan metode kuantitatif agar hasil yang ditemukan oleh peneliti selanjutnya dapat dinyatakan valid,
2. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan pemisahan kategori berdasarkan dari asal daerah nasabah seperti contoh : asal Jabodetabek, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan lain sebagainya,
3. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian terkait dengan pembuatan kategori dari latar belakang akademik nasabah sehingga peneliti dan pembaca dapat mengetahui bahwa apakah adaptasi mesin digital mampu diterapkan oleh seluruh kalangan atau tidak.

Saran Praktis

1. Penambahan informasi dan pengetahuan atau knowledge terkait Transformasi Layanan Digital yang terdapat pada PT. Bank Central Asia, Tbk terhadap staff yang bertugas khususnya di BCA KCP Hasanudin,

2. Peningkatan pengetahuan serta pemberian solusi yang tepat terkait layanan digital yang akan diberikan oleh staff bersangkutan (BCA KCP Hasanudin) terhadap nasabah yang mengalami kendala perbankan,
3. Konsistensi dan kreatifitas perusahaan yang terus memberikan inovasi terhadap nasabah agar tetap meningkatkan efisiensi nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan dan secure yang dapat mempertahankan trust nasabah terhadap BCA.

DAFTAR RUJUKAN

- Tjiptono, Fandy, PH.D & Diana, Anastasia, 2019, *Kepuasan Pelanggan (Konsep, Pengukuran, dan Strategi)*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kuhn, Thomas, 2012, "The Structure of Scientific Revolutions" Edisi ke 4. Penerbit: Remaja Rosda Karya.
- J.E, Grunig, 2013, *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Penerbit : Routledge.
- Nugraha, Jevi, 2021, *Data Sekunder adalah Jenis Data Tambahan*, Jakarta : Merdeka.com.
- Moleong, Lexy J, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane 2012, *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, 1985, *Manajemen Pemasaran*. Edisi keempat. Bandung : Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Artikel Journal
- Komalasari, Eka, 2015, 'Peranan Customer Relationship Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Perbankan', Universitas Islam Riau.
- Fatimah, Siti Bunga & Hendratmi, Achsanita, 2020, 'Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi', Universitas Airlangga.
- Amalia, Wilda Rizqi, 2021, 'Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember', Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Susilawaty, Lilis & Nicola, Nicola, 'Pengaruh Layanan perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan', Universitas Bunda Mulia
- Herdiansyah, Herdiansyah, 2021, 'Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Mataram)'.
- Kaur, Baljineer Kiran, Sood Grima, Simon & Apoga, Ramona Rupeika, 2021, 'Digital Banking in Nothern India : The Risk on Customer Satisfaction'.
- Daniel, Ridoni & Mansur, Suraya, 2021, 'Service Excellence of DKI Jakarta Public Service Mall and Customer Satisfaction'
- PT. Bank Central Asia, Tbk, *Senantiasa di Sisi Anda*, <<https://www.bca.co.id/id/tentang-bca>>
- PT. Bank Central Asia, Tbk, *Yearly Report 2022* <<https://www.bca.co.id/-/media/Feature/Report/File/S8/Laporan-Tahunan/20230216-bca-ar-2022-indonesia.pdf>>