PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA KANTOR CABANG PEMBANTU TEBET BARAT

Author

Sahara Awaliah

Universitas Indraprasta PGRI

Loecita Sandiar

Sigit Widiyarto

Abstract

This study aims to determine whether digital services influence customer satisfaction at the PT Bank Central Asia Tebet Barat Branch Office. This is a quantitative study, as it focuses on numerical data processed using statistical methods. Data was collected via a survey using incidental sampling. The study population consisted of 62 individuals, with a sample size of 62 respondents. Analysis of the simple regression equation for the two variables yielded the formula Y = 31 + 0.3244X. It can be concluded that digital services (X) have a positive influence on customer satisfaction (Y). The product-moment correlation coefficient was 0.629, indicating a strong positive relationship between digital services and customer satisfaction. Additionally, the relationship between product differentiation and consumer loyalty—measured by the coefficient of determination—was found to be 39%; hypothesis testing revealed a calculated t-value (t-count) of 6.271 against a critical t-value (t-table) of 2.000, leading to the acceptance of the alternative hypothesis (Ha) and the rejection of the null hypothesis (Ho).

Keywords

Digital Services, Customer Satisfaction

2023

Page

28 - 35

DOI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh layanan digital terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Tebet Barat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini lebih fokus pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistika. Survei dengan menggunakan *Sampling Insidental*. Populasi penelitian ini adalah 62 dengan sampel 62 responden. Hasil penelitian ini menganalisis persamaan regresi sederhana dari kedua variabel adalah Y = 31 + 0,3244 X. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah pengaruh yang positif. Berdasarkan hasil koefisien korelasi *product moment* diperoleh hasil sebesar 0,629 menunjukkan bahwa seberapa besar pengaruh yang positif antara layanan digital terhadap kepuasan nasabah dan memiliki tingkat hubungan yang tinggi. Adapun hubungan diferensiasi produk dengan loyalitas konsumen yang diukur dengan koefisien determinasi mencapai 39% , dan pengujian hipotesis diketahui bahwa hasil t_{hitung} sebesar 6,271 dan t_{tabel} sebesar 2,000 maka hipotesisnya adalah Ha = diterima dan Ho = ditolak.

Kata kunci

Layanan Digital, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Keberhasilan dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi ditandai dengan adanya sistem keuangan yang stabil dan dapat memberikan manfaat bagi semua lapisan masyarakat. Institusi keuangan sangatlah penting karena menjadi pendorong untuk pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pemberantasan kemiskinan, dan serta pencapaian stabilitas keuangan. Industri keuangan yang semakin hari semakin berkembang pesat tidak serta merta disertai dengan akses ke keuangan yang memadai. Padahal akses jasa layanan keuangan merupakan syarat penting keterlibatan masyarakat luas dalam pembangunan sistem perekonomian.

Bank adalah suatu lembaga kepercayaan masyarakat yang digunakan untuk menyimpan uang dan memercayakan bank dalam mengelola keuangannya. Bank secara operasional dibedakan menjadi dua antara lain bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah suatu bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prosedur atau ketentuan yang telah ditetapkan. Seperti yang diketahui perbankan merupakan salah satu sektor yang dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia. Perbankan meningkatkan pertumbuhan Indonesia dengan sumber pendapatan yang diperoleh bank itu sendiri. Sumber pendapatan bank dapat berupa margin dari bunga perbankan, fee based income, dan lain-lain,

Kondisi perekonomian yang saat ini tidak stabil dan berisiko tentunya akan memberikan dampak yang besar bagi perbankan. Apalagi semakin berkembangnya teknologi inilah yang memicu adanya perubahan bisnis akibat inovasi teknologi yang semakin berkembang pesat. Apabila di masa lalu inovasi teknologi hanya berpusat pada internal perbankan, akan tetapi saat ini terjadi perubahan drastis di mana inovasi teknologi sekarang telah merambah ke sisi nasabah atau konsumen. Pergeseran inilah yang memunculkan perusahaan keuangan yang berbasis teknologi atau yang lebih dikenal dengan istilah FinTech (Financial Tehnology) FinTech ini sudah menjamur di seluruh dunia termasuk Indonesia. Namun terdapat sebuah penelitian menyatakan bahwa mulanya banyak yang berpersepsi FinTech dapat mengganti posisi bank di dunia perekonomian, akan tetapi pada saat ini dengan kehadiran FinTech belum dapat menggantikan posisi bank, dan bahkan berjalan atau beroperasi berdampingan sehingga kemajuan ekonomi dapat dilakukan bersama (Kholis, 2018). Untuk mengantisipasi dari perkembangan FinTech, pihak perbankan dituntut mengubah strategi bisnisnya. Tantangan yang dihadapi perbankan saat ini adalah pengalaman yang buruk yang diakibatkan keengganan nasabah. Hal ini juga berdampak pada perbankan di mana kantor cabangnya mengalami penutupan secara besar-besaran. Sukmana (2019) mengemukakan bahwa industri perbankan sedang mengalami fenomena penutupan kantor cabang akibat perkembangan digitalisasi layanan perbankan Sebagaimana untuk mencukupi kebutuhan nasabahnya guna meningkatkan

pertumbuhan dan keuangan perbankan, maka pelayanan bank dimaksimalkan melalui digital perbankan yang di mana generasi millenial saat ini dapat menjadi preferensi utama pada pemakai mobile banking, internet banking, ATM, sms banking, mesin mesin digital seperti *e service,* cs *digital* dan *star teller*. Salah satu bank yang telah bertransformasi ke arah digitalisasi adalah PT Bank Central Asia, Tbk. (Bank BCA). Tren digitalisasi di dunia perbankan turut diakui Bank BCA, terbukti sebanyak 97 persen transaksi di Bank BCA telah dilakukan secara online. Bank BCA juga telah menyediakan semua fitur oneclick untuk memberikan kemudahan transaksi bagi para nasabahnya. Transaksi melalui ATM diketahui dulu sebanyak 70 persen, kini angka tersebut turun menjadi 17 persen dibandingkan dari total transaksi. Sedangkan pengguna mobile banking diketahui naik dari 4.2 persen menjadi 46.5 persen dan pengguna internet banking turut melambung dari 7.6 persen menjadi 28.5 persen (Hastuti, 2019). Seperti yang kita ketahui bahwa dulunya banyak perbankan yang bersaing membuka kantor cabang sehingga dapat selangkah lebih dekat dengan nasabah, saat ini perbankan cukup memberikan pelayanan digital. demi kemudahan dan kecepatan bertransaksi tanpa harus datang ke cabang (Koran SINDO, 2019). Peningkatan layanan digital perbankan ini disebabkan Bank BCA merespon perkembangan era digital banking dengan memerbanyak produk, layanan, maupun aplikasi berbasis internet demi menjangkau besarnya potensi pasar generasi millennial. Menurut Accenture (2015), Perbankan indonesia beresiko kehilangan 30% dari total nasabahnya apabila tidak memanfaatkan reknologi secara maksimal dengan segera.

METODE

Menurut Sugiyono (2012;6) metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu dengan metode survey. Berikut pengertian metode kuantitatif dan metode survey.

Pengertian metode kuantitatif menurut sugiyono (2012:14) adalah : Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, dengan teknik pengambilan yang pada umumnya dilakukan secara *random,* pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2012:12) “Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dengan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

HASIL

Koefisien Regresi Linear Berganda

Regresi linear sederhana adalah regresi didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel (X) dengan variabel (Y). Adapun rumus regresi linear sederhana :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Adapun hasil data sebagai berikut :

Setelah diketahui analisis menunjukkan bahwa besarnya nilai a = 31 dengan koefisien b = 0,3244 sehingga ditemukan persamaan regresinya adalah sebagai berikut : Y = 31 + 0,3244X

Dari persamaan regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa jika layanan digital bernilai 0, maka kepuasan nasabah sebesar a atau 31, sedangkan jika pengaruh loyalitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah sebesar b atau 0,3244, sehingga artinya setiap kenaikan 1% pada layanan digital, maka akan menyebabkan kenaikan pada kepuasan nasabah sebesar 0,3244.

Koefisien Kolerasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh layanan digital terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Cabang Tebet Barat.

Dari hasil perhitungan korelasi diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi r_{XY} = 0,629 artinya terdapat pengaruh yang tinggi antara pengaruh Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Analisis Koefiensi Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan variabel independen, selain itu (sisanya) diterangkan oleh varibel lain. Menurut Supardi (2011:180) analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

Dari perhitungan diatas didapatkan Koefisien Determinasi (KD) sebesar 39,9641 atau 39,9641%. Hal ini berarti bahwa Layanan Digital memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 39,9641% sedangkan sisanya sebesar 39,9641% adalah kontribusi faktor–faktor lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

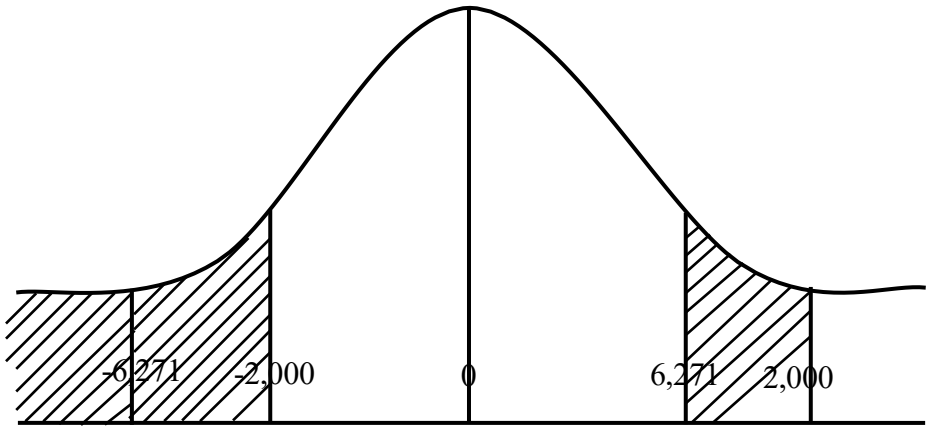
Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan Hipotesis (Ho) atau

hipotesis alternatif yang diterima, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh korelasi diferensiasi produk terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, dilakukan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. **Formulasi Hipotesis**
   Ho : $\rho = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y (Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah).
   Ha : $\rho \neq 0$, artinya ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y (Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah).

2. **Nilai a dan ttabel**
   Setelah diketahui nilai thitung maka thitung dibandingkan dengan nilai ttabel.Taraf signifikasi kesalahan yang digunakan (α) = 5% uji dua pihak dan derajat kebebasan (dk) = n-2.
   Dimana nilai kritis pengujian dapat diperoleh dari tabel distribusi t dengan rumus sebagai berikut :
   Untuk t-α (dk = n-2) maka diperoleh tabel = 2,000

3. **Kriteria Pengujian**
   Kriteria pengujian dalam penelitian ini adalah:



Uji Signifikasi koefisien korelasi dengan uji dua pihak
1. Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau 6,271 < 2,000
2. Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 6,271 > 2,000

Dari hasil pengujian diatas menunjukan bahwa t_{tabel} α = 5% untuk uji dua pihak (dk) = n – 2 adalah 2,000 dari hasil perhitungan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,000 > 2,000) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh layanan digital terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Tebet Barat.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan data yang ada, maka yang dapat peneliti simpulkan dari hasil analisis tersebut, antara lain:

1. Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi Y = 31 + 0,3244 X dimana nilai konstanta (a) atau nilai tetap dari persamaan 31 artinya pada saat layanan digital sama dengan 0 maka kepuasan nasabah adalah sebesar 31 satuan, dan bila b sebesar 0,3244 artinya setiap kenaikan 1% pada layanan digital maka akan menyebabkan kenaikan nilai kepuasan nasabah sebesar 0,3244.
2. Untuk mengetahui seberapa tingkat pengaruh (korelasi) antara layanan digital terhadap kepuasan nasabah , dapat dilihat dari hasil korelasi *product moment* sebesar r = 0,629. Ini menunjukkan terdapat pengaruh yang rendah antara variabel X (layanan digital) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah).
3. Koefisien determinasi 39,5641% menunjukan bahwa kontribusi variabel X (layanan digital) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) sebesar 39,5541% dan sisanya sebesar 63,4459 dikontribusikan oleh faktor lain.
4. Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 6,271 > 2,000 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan digital terhadap kepuasan nasabah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukan kualitas Layanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Tebet Barat. Hal ini dikarenakan variabel Layanan Digital menghasilkan t_{hitung} sebesar 6,271 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036. Dari hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel Layanan Digital kurang dari 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka artinya Layanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Kantor Cabang Tebet Barat.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Layanan Digital dapat menjadi salah satu objek untuk mendorong PT. Bank Central Asia menjadi lebih baik guna mencapai tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Susilawaty, Lilis, and Nicola Nicola. "Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan." *Jurnal Manajemen Maranatha* 19.2 (2020): 179-190.

CNN Indonesia. (2019, 3 Desember). Warganet keluhkan aplikasi BCA mobile bermasalah.Diakses pada 22 Januari 2021 Diperoleh dari :https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191203002951-192-453551/warganet-keluhkanaplikasi-bca-mobile-bermasalah

Hastuti, R.K. (2019, 11 November). Bos BCA: Kami sudah digital bank. Diakses pada 22 Januari 2021 diperoleh dari https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191111181222-37-114430/bos-bca -kami-sudah-digitalbank

Koran SINDO. (2019, 24 Februari). Ikuti era digital, BCA incar pasar milenial. Diakses 22 Januari 2021 diperoleh dari : https://economy.okezone.com/read/2019/02/24/320/2022085/ikuti-era-digital- bca-incar-pasarmilenial

Setiadi, N.J. (2003). Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Jakarta: Prenada Media Jakarta

Daga, R (2017). Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen. Sumatra : *GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE*

.id (2021, 21 Maret) Digitalisasi Perbankan diakses 30 Maret 2021 diperoleh dari https://investor.id/editorial/digitalisasi-perbankan

Kholis, N. (2018). Perbankan dalam era baru digital. Economicus. 9 (1)

Sukmana, Y. (2019, 16 Juli). Fenomena bank sibuk tutup kantor cabangnya, ini kata OJK.Diakses 22 Maret 2021 diperoleh dari: https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2019/07/16/3017926/fenomenabank-sibuk-tutup-kantor-cabangnya-in-kata-ojk

Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank." *Inovator* 7.1 (2018): 14-34.

Leksono, Ari Wahyu (2021). Legal Bisnis Dan Beretika Jakarta : CV Berkah Saintek

Siregar, Prima Andreas, et al. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yayasan Kita Menulis, 2021.

Zain, Irsyadi, and Y. Rahmat Akbar. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Deepublish, 2020.

CRP, HERY SE M. SI. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021

Masril, Zainal Arifin H. Bank dan Lembanga Keuangan Lainnya, Unindra Press 2016