

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini penggunaan teknologi sudah semakin canggih. Di mana hampir seluruh lapisan masyarakat memanfaatkan perkembangan teknologi. Teknologi sangat berperan penting bagi suatu perusahaan, karena dalam proses bisnis tidak lepas dari penggunaan teknologi. Dengan kemajuan teknologi *digital*, didalam dunia bisnis juga dimanfaatkan dengan mengambil keuntungan yang lebih besar dengan sistem *online* dengan cara mengembangkan aplikasi seluler baru yang lebih inovatif (Mutahar, 2017). Dengan menggunakan teknologi diharapkan dapat mempercepat proses pemasaran dan penjualan pada suatu bisnis termasuk dalam bidang perbankan. Sama seperti perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan laptop atau *handphone*, akses layanan perbankan dapat semakin mudah digunakan oleh kalangan masyarakat luas. Meningkatnya tingkat persaingan antar bank saat ini membuat bank semakin berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah dengan cara meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Peningkatan pelayanan dan kinerja tersebut tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta meningkatkan loyalitas dari nasabah sendiri (Octavia, 2019).

Salah satu layanan perbankan yang menggunakan perkembangan teknologi adalah *mobile banking* (Rahayu, 2019). Terkait dengan adanya hal tersebut Bank Central Asia menciptakan sebuah aplikasi berbasis *mobile banking* salah satunya adalah MyBCA. MyBCA akan menjawab solusi yang dimiliki nasabah. Ketika nasabah memiliki banyak rekening di sebuah bank, maka nasabah harus mempunyai banyak *handphone* untuk mengkoneksikan masing - masing akun rekening ke *handphone* lainnya. MyBCA merupakan aplikasi untuk menghubungkan seluruh rekening Bank Central Asia yang dimiliki nasabah agar dapat terkoneksi di dalam satu akun MyBCA saja. Nasabah tidak lagi harus memiliki banyak nomor dan *handphone* agar dapat terhubung dengan semua

rekening tersebut. Seharusnya nasabah Bank Central Asia dapat menggunakan aplikasi MyBCA untuk melakukan transaksi, tetapi masih banyak nasabah yang belum mengetahui aplikasi MyBCA sehingga beberapa nasabah belum dapat menikmati kemudahan fitur yang ada pada aplikasi MyBCA. PT. Bank Central Asia, Tbk merupakan salah satu bank swasta yang ada di Indonesia yang menciptakan aplikasi berbasis digital banking seperti MyBCA. Aplikasi MyBCA ini dapat terkoneksi dengan seluruh rekening yang dimiliki nasabah dalam satu *platform* saja. Perkembangan produk yang diberikan Bank Central Asia ini dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Dalam Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia No.18/9/PBI/2016 mengeluarkan Peraturan dan Pengawasan Sistem pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah pasal 5 bahwa pengaturan sistem pembayaran mencakup antara lain pembayaran, kelembagaan, mekanisme penyelenggaraan sistem pembayaran dan infrastruktur. Pengaturan instrumen pembayaran dapat diselenggarakan atau diterbitkan oleh penyelenggara jasa sistem pembayaran baik berbasis kartu, media elektronik, maupun media lainnya antara lain cek, blyet giro, cek pelawat, international money order , kartu kredit, kartu ATM debit, uang elektronik, *mobile banking* dan sejenis lainnya (Adiwijaya, 2018).

Kualitas layanan diberikan kepada nasabah agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan menyediakan produk dan layanan yang maksimal dan menciptakan sebuah nilai bagi nasabah serta menghasilkan profit bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan adalah keadaan yang fokus utamanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan penyampaian yang tepat agar sesuai dengan harapan konsumen Tjiptono (2014:268).

Kepuasan adalah tanggapan nasabah atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu mempunyai penilaian bahwa suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan. Menurut Kotler dan Keller (2017:196) kepuasan nasabah adalah perasaan yang menggambarkan kesenangan atau kekecewaan terhadap seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dari produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Citra perusahaan juga salah satu hal yang penting bagi perusahaan. Untuk menciptakan sebuah citra perusahaan yang baik perusahaan harus melihat peluang untuk mengambil tindakan positif pada nasabah seperti memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, membantu nasabah dalam menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan layanan yang mampu mengembangkan hubungan sehingga nasabah merasa dihargai dan diistimewakan. Menurut Kotler dan Keller (2016:27) citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan, pemikiran, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek.

Dengan kualitas pelayanan, kepuasan yang dirasakan nasabah serta citra perusahaan yang baik maka nasabah akan loyalitas dengan perusahaan. Seperti melakukan transaksi rutin, melakukan penggunaan produk secara berulang bahkan sampai dengan dimana nasabah menggunakan suatu produk dalam jangka waktu yang lama. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Subagja dan Susanto (2019) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza, dengan kesimpulan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah, terdapat pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

Selain loyalitas nasabah terdapat kinerja yang diberikan kepada nasabah. Kinerja adalah tindakan tidak berwujud dan tidak berdampak pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun (Kotler, 2016:153). Dalam kualitas pelayanan yang dilakukan secara maksimal akan berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan dapat mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang didalamnya ada kaitan dengan ekspektasi jika kinerja tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan kecewa tetapi jika melebihi ekspektasi pelanggan maka pelanggan tersebut akan merasa senang (Kotler dan Keller, 2013:219).

Bank Central Asia senantiasa memberikan produk yang inovatif dan tentu akan semakin memberikan pelayanan yang memuaskan para nasabahnya. Prioritas utama bagi Bank Central Asia adalah terus mempertahankan posisi Bank Central

Asia sebagai salah satu layanan perbankan sebagai penyedia layanan transaksi dan pembayaran yang terdepan khususnya di Indonesia. Layanan perbankan yang nyaman dan aman bagi nasabah merupakan faktor yang paling penting dalam membangun hubungan dan citra yang positif dengan nasabah. Sesuai dengan slogan “Senantiasa di Sisi Anda”, Bank Central Asia terus berupaya memberikan layanan dan solusi terbaik bagi nasabah dari tahun ke tahun. Konsistensi Bank Central Asia dalam menjalankan strategi perbankan *digital* membuat suatu peluang ditengah peralihan nasabah yang semakin cepat ke solusi perbankan digital.

Jika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka dalam jangka panjang, loyalitas nasabah menjadi tujuan bagi perusahaan. Keloyalanan nasabah tersebut merupakan strategi perusahaan untuk membantu perusahaan terus meningkatkan target pasar yang tujuan akhirnya adalah memenangkan persaingan dengan perusahaan lain. Loyalitas adalah komitmen pelanggan yang dilakukan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk / jasa terpilih secara konsisten dalam jangka waktu panjang, walupun pengaruh situasi dan pemasaran yang mempunyai potensi yang menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2012:138). Sedangkan menurut Priansa (2017:491) menyatakan bahwa loyalitas konsumen (*customer loyalty*) adalah komitmen terhadap suatu merek yang mencerminkan sikap (*attitude*) positif dan sikap perilaku (*behavior*) untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten.

Di masa ini Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak pandemi Covid-19. Pada masa pandemi yang dihadapi oleh semua masyarakat Indonesia tentunya berpengaruh terhadap semua sektor terutama sektor ekonomi. Hal ini berdampak terhadap terbatasnya mobilitas masyarakat. Oleh karena itu pemerintah mengambil langkah untuk mengantisipasi penyebaran virus Covid-19 dengan mengambil kebijakan agar seluruh masyarakat Indonesia menerapkan agar dapat menjaga jarak atau sering disebut *social distancing*. Karena keterbatasan tersebut lebih banyak masyarakat yang beralih ke *digital banking*, salah satunya MyBCA. Jika nasabah menggunakan aplikasi MyBCA tersebut secara berulang – ulang maka bisa disebut nasabah sudah loyal dan percaya terhadap aplikasi MyBCA.

Dalam aplikasi MyBCA yang telah dikeluarkan salah satu oleh Bank Central Asia, aplikasi ini dapat dipergunakan untuk melakukan berbagai jenis transaksi, mulai dari menu transfer (transfer ke rekening BCA, transfer ke bank lain, *virtual account*, sakuku), menu deposito (pembukaan rekening, status dan informasi deposito), menu transaksi berjadwal, menu *e-statement*, dan menu kredit konsumen. Hal ini mendorong nasabah untuk menggunakan aplikasi ini untuk membantu kelancaran transaksi finansial dan non-finansial dalam kehidupan sehari – hari mereka. Sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk menyelesaikan transaksi mereka di bank. Hanya bermodalkan internet dan *handphone* atau komputer nasabah langsung dapat melakukan semua aktivitas mereka dalam satu aplikasi yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

Tidak dapat dihindari lagi bahwa peran kantor cabang mulai digantikan oleh bank yang ada digenggaman tangan atau biasa disebut *handphone*. Dikarenakan semakin canggihnya sebuah *handphone* dan teknologi maka diciptakan aplikasi pendukung perbankan seperti MyBCA. Sebelum adanya *mobile banking* dan *internet banking* untuk mengirimkan uang saja perlu pergi ke bank atau bahkan nasabah harus ke mesin ATM terdekat. Tetapi sekarang tidak perlu khawatir, nasabah hanya dengan menggunakan *handphone* lalu dengan membuka aplikasi dan kirim sejumlah nominal yang di inginkan nasabah. Dengan adanya perkembangan teknologi digital, sistem pembayaran yang dilakukan *fintech* berdampak ke pengguna dapat bertransaksi secara langsung dengan mitra bisnisnya.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) menawarkan layanan digital untuk nasabah dan MyBCA menjadi solusi digital andalan perseroan dalam memenuhi berbagai kebutuhan transaksi nasabah. Hal ini berdampak pada total volume transaksi digital BCA di 2021 naik 42 persen, terutama didukung oleh transaksi pada *mobile banking* yang tumbuh sebesar 60 persen. Hal ini selaras dengan kenaikan jumlah rekening nasabah BCA sebesar 16 persen yang mencapai 29 juta di akhir 2021 dan setiap harinya, BCA memproses 48 juta transaksi. Pada November 2021, BCA *mobile* mencatatkan jumlah transaksi *all time high*, hingga mencapai 1 miliar kali dalam sebulan, tumbuh tiga kali lipat dalam dua tahun terakhir (Liputan6, 2022).



Gambar 1. 1 Jumlah Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia

Sumber : We Are Social/Hootsuite, 23 Februari 2021

Data pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta hingga Januari tahun 2021. Jika di dibandingkan dengan tahun sebelumnya tahun 2020 jumlah pengguna internet terdapat jumlah angka kenaikan menurut *CNN Indonesia (2019)* 15,5% atau sekitar lebih dari 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir ini. Jika ada 202,6 juta pengguna internet yang artinya ada 73,7% warga Indonesia yang menggunakan internet secara terus menerus. Di Indonesia tidak hanya pengguna internet yang naik jumlahnya, jumlah perangkat mobile yang terhubung juga naik sekitar ada 345,3 juta dan pengguna yang aktif di media sosial bertambah sangat besar dan signifikan yang awalnya adalah 10 juta menjadi 170 juta. Hanya didalam satu hari pengguna internet Indonesia menghabiskan waktu sampai 8 jam 52 menit untuk mengakses internet, *streaming* 2 jam 50 menit, memainkan *social media* 3 jam 14 menit, hingga bisa meluangkan waktu 1 jam 38 menit untuk membaca media online maupun offline. Total jumlah pelanggan selular di Indonesia atau jaringan WiFi sebanyak 195,3 juta.

Disampaikan dalam berita media sosial terjadi keluhan mengenai aplikasi *mobile banking* yang mengalami gangguan perbankan, nasabah yang menggunakan aplikasi *e-banking* sebagian besar tidak dapat melakukan transaksi melalui *smartphone* mereka (*CNN Indonesia, 2019*). Walaupun cepat ditanggapi oleh pihak Bank BCA dengan mengklarifikasi terjadi gangguan pada aplikasi mereka melalui twitter @HaloBCA, namun para nasabah sadar bahwa kejadian serupa dapat terjadi kembali di lain waktu juga diperlukan komitmen yang kuat dari perusahaan untuk

membangun kepercayaan nasabah jaminan keamanan penggunaan fasilitas layanan *digital banking*.

Dalam hasil penelitian yang pertama dilakukan Octavia (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan nasabah. Kemudian dalam penelitian yang kedua dilakukan oleh Subagja dan Susanto (2019) bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan faktor kepuasan nasabah dan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Jeany (2020) mengungkapkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah.

Dalam hasil penelitian keempat yang dilakukan oleh Andhika (2021) bahwa Kualitas pelayanan, ekuitas merek, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian kelima yang dilakukan oleh Mantauv (2021) adalah Kualitas Pelayanan terhadap variabel Loyalitas Nasabah, variabel Kepuasan Nasabah terhadap variabel Loyalitas Nasabah terdapat pengaruh positif dan signifikan. Penelitian keenam dilakukan oleh Febrianto dan Yusuf (2021) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah, Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Darmawan et al. (2017) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan pada Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, dan Loyalitas Pelanggan. Dan penelitian yang kedelapan dilakukan oleh Narotama (2019) menyatakan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra merek, Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah signifikan.

Berdasarkan fenomena dan penelitian di atas peneliti tertarik, termotivasi dan terinspirasi untuk melanjutkan penelitian kembali untuk mengetahui seberapa efektif dan signifikan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pelanggan yang terjadi di dalam sebuah perusahaan khususnya diperbankan dengan judul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Aplikasi MyBCA (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Aplikasi MyBCA di BCA Bekasi)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA?
2. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA?
4. Apakah Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA.

4. Untuk mendapatkan bukti empiris Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Central Asia pada Aplikasi MyBCA.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk penerapan teori pemasaran perkuliahan dan semakin menambah wawasan pengetahuan peneliti tentang manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi MyBCA.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta bahan masukan bagi penelitian selanjutnya mengenai masalah pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Aplikasi MyBCA.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan, baik bagi kepentingan pengembangan kepentingan ilmu pengetahuan.