

Inovasi Dalam Layanan Perbankan Digital dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan

Mauliya Devina¹, Aninin², Siti Aisyah³, Deli Firmasyah⁴, Vita Istiqomah⁵, Muhammad Tio Pratama⁶

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang^{1, 2, 3, 4}, Universitas Malhayati Bandar Lampung⁵, Unipersitas Al Wasathiyah Yaman⁶

Corresponding email: mauliyadefina@gmail.com¹, aninninin@gmail.com², fthilahsyah@gmail.com³, delifirmasyah@gmail.com⁴, vitaistiqomah@gmail.com⁵, muhammadioprata14@gmail.com⁶

ABSTRACT

This study aims to determine whether digital banking services affect customer satisfaction. In line with previous studies, there are six measurements of digital banking services that affect customer satisfaction, namely convenience, functional quality, employee-customer engagement, digital banking service quality, brand/trust, and engagement, digital banking service quality, brand/trust, and digital banking innovation (Mbama & Ezepue, 2018). The data analysis technique used is quantitative confirmatory analysis. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents who use the digital banking services of PT Bank Central Asia, Tbk. (Bank BCA). For the hypotheses, a multiple regression analysis was conducted. Prior to this analysis, instrument validation and classical assumption tests were performed. A total of 136 respondents participated in this study, which revealed that convenience, functional quality, digital banking service quality, brand/trust, employee customer engagement, and digital banking innovation significantly influence customer satisfaction performance at Bank BCA. However, when examined individually, comfort, digital banking service quality, and brand/trust do not significantly influence customer satisfaction performance in banking. Meanwhile, functional quality, employee-customer engagement, and digital banking innovation do significantly influence customer satisfaction performance in banking.

Keywords: Digital Banking Innovation; Customer Satisfaction Performance In Banking; Quality Of Digital Banking Services.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah layanan digital perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan. Sesuai dengan penelitian terdahulu terdapat enam pengukuran layanan digital perbankan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan yaitu kenyamanan, kualitas fungsional, employee customer engagement, digital banking service quality, merek/kepercayaan, dan inovasi perbankan digital (Mbama & Ezepue, 2018). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis verifikatif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang mana dibagikannya kuesioner kepada responden yang menggunakan layanan digital perbankan PT Bank Central Asia, Tbk. (Bank BCA). Untuk hipotesis dilakukan pengujian analisis regresi berganda. Sebelum pengujian tersebut dilakukannya pengujian instrumen data dan uji asumsi klasik. Total keseluruhan 136 orang responden, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan, kualitas fungsional, digital banking service quality, merek/ kepercayaan, employee customer engagement, dan inovasi perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah Bank BCA. Namun secara parsial, menunjukkan kenyamanan, digital banking service quality, dan merek /kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah perbankan. Sedangkan kualitas fungsional, employee customer engagement, dan inovasi perbankan digital berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah perbankan.

Kata kunci: Inovasi Perbankan Digital; Kinerja Kepuasan Nasabah Perbankan; Kualitas Layanan Digital Perbankan

INTRODUCTION

Dalam era digital yang terus berkembang, industri perbankan telah mengalami transformasi signifikan dengan adopsi teknologi baru. Inovasi dalam layanan perbankan digital telah menjadi kunci untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai inovasi dalam layanan perbankan digital dan bagaimana inovasi tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif, kami akan menganalisis berbagai aspek inovasi dalam layanan perbankan digital, termasuk pengembangan aplikasi mobile, integrasi teknologi kecerdasan buatan, dan layanan pelanggan berbasis chatbot. Kami juga akan mengukur dampak inovasi tersebut terhadap persepsi dan kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan perbankan digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana inovasi dalam layanan perbankan digital memengaruhi kepuasan pelanggan, serta memberikan wawasan berharga bagi industri perbankan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi harapan pelanggan dalam era digital ini.

Institusi keuangan sangatlah penting karena menjadi pendorong untuk pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pemberantasan kemiskinan, dan serta pencapaian stabilitas keuangan. Industri keuangan yang 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 millennial saat ini dapat menjadi preferensi utama pada pemakai mobile banking, internet banking, ATM, sms banking, dan lain-lain.

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.

RESEARCH METHOD

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis verikatif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang mana dibagikan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini respondennya adalah seluruh nasabah yang ada di Indonesia khususnya nasabah yang menggunakan layanan digital perbankan Bank BCA. Adapun cara yang dilakukan untuk menghitung sampel menggunakan rumus Tabachnick & Fidel (2013) yaitu:

$$N \geq 50 + 8m$$

Keterangan:

N: ukuran sampel

m: jumlah variabel

$$N \geq 50 + 8m \quad N \geq 50 + 8.7$$

$$N \geq 106$$

Jadi, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 106 orang responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling kuota. Untuk hipotesis dilakukan pengujian analisis regresi berganda. Sebelum pengujian tersebut dilakukannya pengujian instrumen data dan uji asumsi klasik.

RESULT AND DISCUSSION

Data Responst:

Karakteristik responden	Kategori	Persentase
Usia	20 s.d 24 Tahun	91.9%
	25 s.d 29 Tahun	5.9%
	30 s.d 34 Tahun	1.5%
	35 s.d 39 Tahun	0%
	>40 Tahun	0.7%
Jenis kelamin	Laki-laki	34.6%
	Perempuan	65.4%
Tingkat pendidikan	SD	0%
	SMP	0.7%
	SMA	68.4%
	Diploma	0%
	Sarjana (S1)	22.1%
	Pascasarjana (S2)	8.8%
Lama menjadi nasabah Bank BCA	< 1 Tahun	7.4%
	1 s.d 2 Tahun	34.6%
	3 s.d 4 Tahun	26.5%
	> 4 tahun	31.6%
Pekerjaan	PNS	0%
	Wiraswasta	2.2%
	Pegawai Swasta	18.4%
	TNI/ POLRI	0%
	Pelajar/ Mahasiswa	76.5%

	Guru	0.7%
	Karyawan	0.7%
	Admin	0.7%
	Dosen	0.7%
Fasilitas digital perbankan (boleh lebih dari 1)	<i>Mobile Banking</i>	86.8%
	<i>Internet Banking</i>	39.7%
	ATM	88.2%
Fasilitas digunakan untuk (boleh lebih dari 1)	Menabung	63.2%
	Cek saldo	91.2%
	Pembayaran	90.4%
	Penutupan rekening melalui ATM	3.7%
	Transfer	97.1%
	Pembukaan rekening	11.8%
	Pengisian <i>e-money</i>	33.1%

FINDING AND CONCLUSION

Pada penelitian ini, kenyamanan, digital banking service quality, dan merek/ kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah perbankan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Mbama & Ezepue (2018). Sedangkan kualitas fungsional, employee customer engagement, dan inovasi perbankan digital berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah perbankan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Mbama & Ezepue (2018).

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan maka rekomendasi atau saran yang dapat disampaikan adalah bagi Bank BCA untuk dapat memertahankan dan meningkatkan layanan perbankan digital sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah selain yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti percaya bahwa masih ada banyak variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang tidak diteliti pada penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terhadap model dalam penelitian ini ke dalam industri yang lain di Indonesia, selain dari industri perbankan.

DECLARATIONS

Author contribution. The contribution or credit of the author must be stated in this section.

Funding statement. The funding agency should be written in full, followed by the grant number in square brackets and year.

Conflict of interest. The authors declare no conflict of interest.

Additional information. No additional information is available for this paper.

REFERENCES

- Anggraeni, N.M.S. & Yasa, N.N. K. (2012). E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 16, 293–306
- CNN Indonesia. (2019, 3 Desember). Warganet keluhkan aplikasi BCA mobile bermasalah. Diperoleh dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191203002951-192-453551/warganet-keluhkan-aplikasi-bca-mobile-bermasalah>
- Hastuti, R.K. (2019, 11 November). Bos BCA: Kami sudah digital bank. Diperoleh dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191111181222-37-114430/bos-bca-kami-sudah-digital-bank>

- Karim, K. (2017, Maret). Kajian mengenai kepuasan nasabah bank syariah di kota Makassar. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/publication/335250814_KAJIAN_MENGENAI_KEPUASAN_NASABAH_BANK_SYARIAH
- Kholis, N. (2018). Perbankan dalam era baru digital. *Economicus*. 9(1)
- Koran SINDO. (2019, 24 Februari). Ikuti era digital, BCA incar pasar milenial. Diperoleh dari <https://economy.okezone.com/read/2019/02/24/320/2022085/ikuti-era-digital-bca-incar-pasar-milenial>
- Mbama, C.I. & Ezepue, P.O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *Emerald*, 36(2), 230-255
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Jakarta
- Suhardi, G. (2006). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas nasabah perbankan di Surabaya. *Jurnal Kinerja*. 10(1)
- Sukmana, Y. (2019, 16 Juli). Fenomena bank sibuk tutup kantor cabangnya, ini kata OJK. Diperoleh dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2019/07/16/193017926/fenomena-bank-sibuk-tutup-kantor-cabangnya-ini-kata-ojk>
- Tabachnik, B.G. & Fidel, L.S. (2013). *Using multivariate stastics*, Sixth Ed. Boston: Pearson Education, Inc. Diperoleh dari <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Tabachnick-Using-Multivariate-Statistics-7th-Edition/PGM2458367.html>
- Vebiana, V. (2018). Perbankan digital, pengalaman pelanggan, dan kinerja keuangan bank syariah. *Proceedings of the 9th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 9, 747-75/AELR.V2I2.2456