

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan sering dianggap pusat dan lokomotif perekonomian negara. Dapat ditinjau bahwa kiprah strategis bank pada perekonomian merupakan sebagai keliru satu mediator untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada rakyat untuk membiayai aktivitas pada sektor ekonomi, sehingga memperkuat sebuah struktur perekonomian di negara (Simatupang, 2019). Bank mempunyai peran yang penting dalam membangun ekonomi atau dapat disebut sebagai *agent of development*. Pada UU Nomor 10 Tahun 1998 Bank adalah organisasi komersial yang dapat menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau sarana lain untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak (Chandrasari, 2021). Sekarang menjadi jelas bahwa hampir setiap industri yang terlibat dalam kegiatan keuangan membutuhkan layanan perbankan. Peran bank sangat begitu penting tentunya akan terwujud dengan adanya sebuah dukungan dari pihak yang terkait dalam perbankan, termasuk individu di masyarakat yang merupakan calon dari pengguna jasa perbankan.

Pada Majalah bisnis dan finansial Amerika Serikat yaitu majalah forbes merilis bank terbaik di Indonesia, salah satu bank yang masuk kedalam kategori 10 Bank terbaik yaitu (Boby, 2021):

Tabel 1. 1 Bank Terbaik di Indonesia

| Peringkat ke- | Bank |
|---------------|-------------------|
| 1 | Bank Central Asia |
| 2 | BTPN |
| 3 | HSBC |
| 4 | BNI |
| 5 | Mandiri |
| 6 | BRI |
| 7 | Panin |
| 8 | OCBC NISP |
| 9 | Citibank |
| 10 | DBS |

(Sumber: <https://www.forbes.com>)

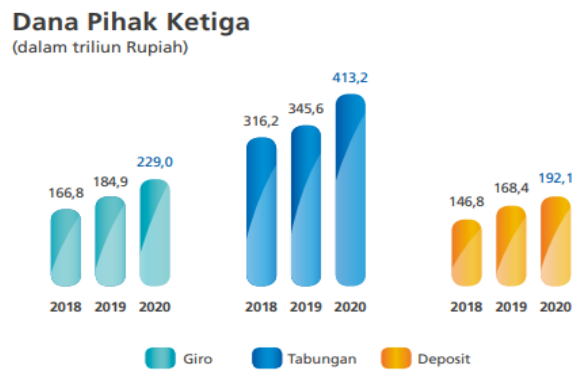
Pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa Bank Central Asia merupakan bank terbaik di Indonesia menurut majalah Forbes. Bank Central Asia memiliki jumlah pekerja 24.941, oleh karenanya Bank BCA sangat memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan dan harapan nasabah terhadap layanan perbankan juga semakin kompleks dan beragam. Satu-satunya perbedaan yang sangat penting dalam situasi ini dan harus dikaitkan dengan bank adalah keunggulan layanan pelanggan (Cynthia Anggraini Novitasari, dkk, 2021).



Gambar 1. 1 Perbankan Transaksi Laporan Tahunan 2020

(Sumber: <https://www.bca.co.id/>)

Pada gambar 1.1 merupakan data perbankan Transaksi Bank BCA di tahun 2020 yang mengalami peningkatan pertumbuhan sebanyak 34,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Tahun 2020, 99 % transaksi BCA telah dilakukan melalui *platform* digital dan *electronic* (PT Bank Central Asia TBK, 2020). Kemajuan pesat dalam teknologi dan digitalisasi telah mengubah perilaku dan pola perdagangan pelanggan. Mulai saat ini masyarakat Indonesia mengandalkan sebuah alat digital untuk menjalani aktivitasnya, termasuk dari segi perbankan. Berjalan dengan berkembangnya sebuah tren tersebut, preferensi transaksi dari nasabah Bank BCA juga bergerak dari cabang ke *internet banking* dan *m-banking*.



Gambar 1. 2 Dana Pihak Ketiga
(Sumber: <https://www.bca.co.id/>)

Pada tahun 2020, Seperti pada gambar 1.2 Bank BCA telah mempertahankan posisinya sebagai salah satu bank komersial terkemuka di Indonesia, yang telah melihat pertumbuhan dana pihak ketiga yang kuat yang telah mengungguli industri. Selain itu, Bank BCA selalu berupaya untuk memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan, meskipun dalam kondisi ekonomi dan sosial yang sulit. Upaya ini telah didukung oleh ekosistem perbankan terintegrasi yang menggabungkan *client and relationship banking* terbaik di kelasnya dengan solusi digital yang semakin kompleks (PT Bank Central Asia TBK, 2020).

Apalagi di Indonesia yang modern ini, perkembangan teknologi dan informasi berkembang pesat. Produk dari perkembangan yang pesat ini adalah internet yang saat ini sangat sering digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi yang didukung oleh infrastruktur yang tepat, ruang hidup saat ini tidak lagi lepas dari cengkeraman digitalisasi. Aplikasi Perbankan seperti Halo BCA merupakan salah satu bentuk teknologi yang memungkinkan untuk berkomunikasi antara *Customer Service* Bank BCA dengan nasabahnya tanpa halangan jarak. Upaya untuk meningkatkan customer engagement dan frekuensi didorong oleh Halo BCA *Call center* yang telah lama menjadi bagian dari sistem *customer relationship management (CRM)*. *Call center* Halo BCA telah berkembang dengan pentingnya komunikasi dalam membangun dan memperkuat hubungan *customer-centric* jangka panjang. Sistem ini tidak hanya memungkinkan BCA untuk memberikan informasi kepada nasabahnya, tetapi juga memungkinkan BCA untuk mengetahui nasabahnya dan kebutuhannya secara umum. Kualitas layanan *Call center*

Halo BCA relatif baik dan diakui secara luas oleh organisasi dalam dan luar negeri (Joshua Rimagit, 2018). Kualitas layanan yang luar biasa dalam perusahaan menciptakan kepuasan pelanggan. Setelah konsumen puas dengan produk atau layanan yang diterimanya, mereka membandingkan pelayanan yang diberikan. Ketika konsumen benar-benar puas, mereka membeli lagi dan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Oleh karena itu, pelaku bisnis khususnya perbankan perlu mulai memikirkan pentingnya layanan nasabah yang lebih matang melalui kualitas pelayanan, seiring berkembangnya persepsi bahwa kepuasan nasabah Pelanggan atau *customer base*.



Gambar 1. 3 Aplikasi Halo BCA

(Sumber: bca.co.id/halobca)

Aplikasi Halo BCA merupakan sebuah aplikasi resmi dari bank BCA yang berbasis aplikasi *mobile* yang dapat anda gunakan untuk dapat terhubung ke berbagai *channel* yang dimiliki pada Halo BCA seperti telepon, *chatting*, *email*, dan Twitter. Sangat berguna untuk layanan perbankan berbasis digital seperti *mobile banking*. Layanan Halo BCA ditangani langsung oleh CS (*customer service*) langsung dan layanan respon yang tersedia 24 jam sehari, Berbagai layanan dan produk pendukung seperti informasi, pertanyaan, saran dan keluhan tentang BCA. (PT Bank Central Asia TBK, 2020).



Gambar 1. 4 Keluhan dan Persentase Penyelesaian

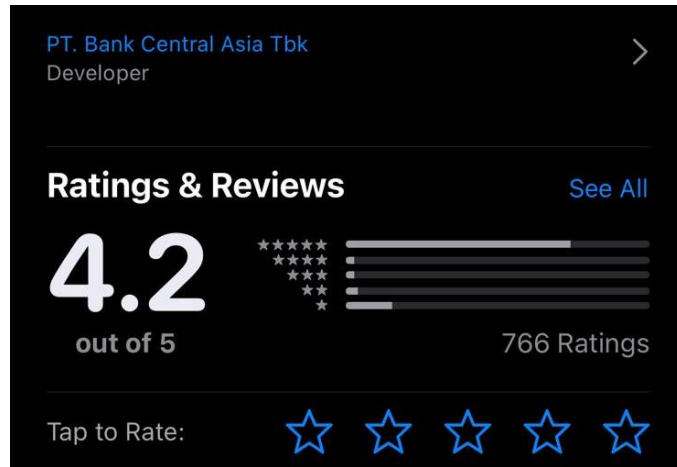
(Sumber: <https://www.bca.co.id/>)

Pada gambar 1. 4 merupakan gambar yang menjelaskan keluhan dan persentase penyelesaian yang dihadapi Nasabah Bank BCA. Klaim yang diterima Halo BCA harus diselesaikan sesuai dengan *service level agreement* (SLA), dan setiap masalah memiliki waktu penyelesaian yang berbeda. Upaya ini merupakan upaya untuk meningkatkan *service excellence* dan mempertahankan kinerja prima. Setiap tahun terdapat sekitar 99% lebih keluhan dapat diselesaikan oleh pihak bank BCA melalui Halo BCA sesuai dengan *service level agreement* (SLA) (PT Bank Central Asia Tbk, 2020).

Bank BCA menempati peringkat tiga besar dalam kategori kepuasan survei *Satisfaction, Loyalty and Engagement* (SLE) 2021. Bank BCA memiliki posisi terdepan di beberapa sektor layanan yang memenuhi kebutuhan Bank, seperti layanan keamanan, layanan pelanggan, meja kas dan ATM. Dari sisi *customer service*, BCA menduduki peringkat pertama dengan 81,86%. (PT Bank Central Asia Tbk, 2020). Namun, dalam *Infobank Outstanding Banking Service Award* (BSEA) ke-18 tahun 2021 yang diselenggarakan oleh majalah infobank dan *Marketing Research* Indonesia (MRI) atas keberhasilannya dalam memberikan layanan kepada nasabah di berbagai wilayah, customer service item dan business center. Bank BCA tidak mendapatkan penghargaan tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa *Customer Service* dan *Call center* Bank BCA masih tertinggal oleh Bank lain yang sudah mendapatkan penghargaan tersebut yaitu Bank BNI dan Bank BKI. (Putra D. , 2021).

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan prariset untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dirasa menjadi kekurangan dan kelebihan bagi para pengguna dari layanan Aplikasi Halo BCA. Prariset ini juga dilakukan untuk membuktikan bahwa khalayak memang memiliki keleluasaan dalam memberikan *Review* terhadap aplikasi Halo BCA yang sekiranya tidak terpenuhi kebutuhannya,

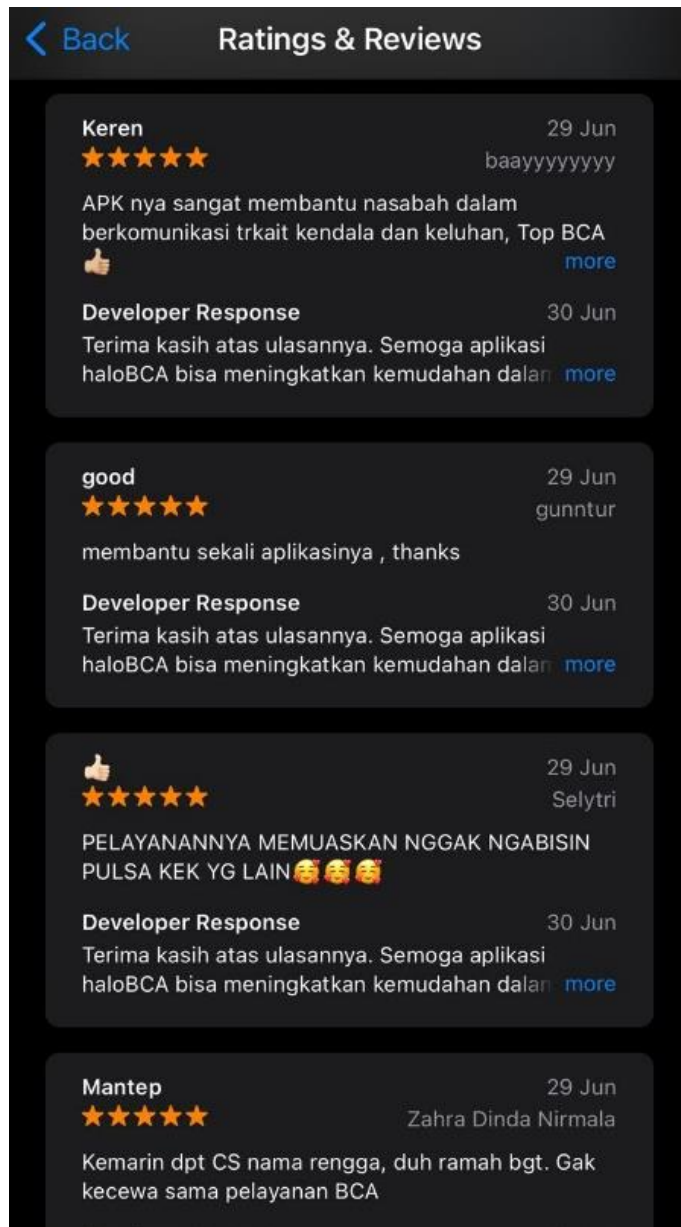
dalam hal ini adalah untuk memenuhi kebutuhan layanan perbankan. Berdasarkan prariset yang dilakukan dengan cara melihat *review* para pengguna aplikasi Halo BCA yang kebutuhannya tidak terpenuhi. Berikut ini adalah hasilnya:



Gambar 1. 5 Rating Aplikasi Halo BCA

Sumber: (Diambil oleh peneliti melalui cuplikan layar, 2022).

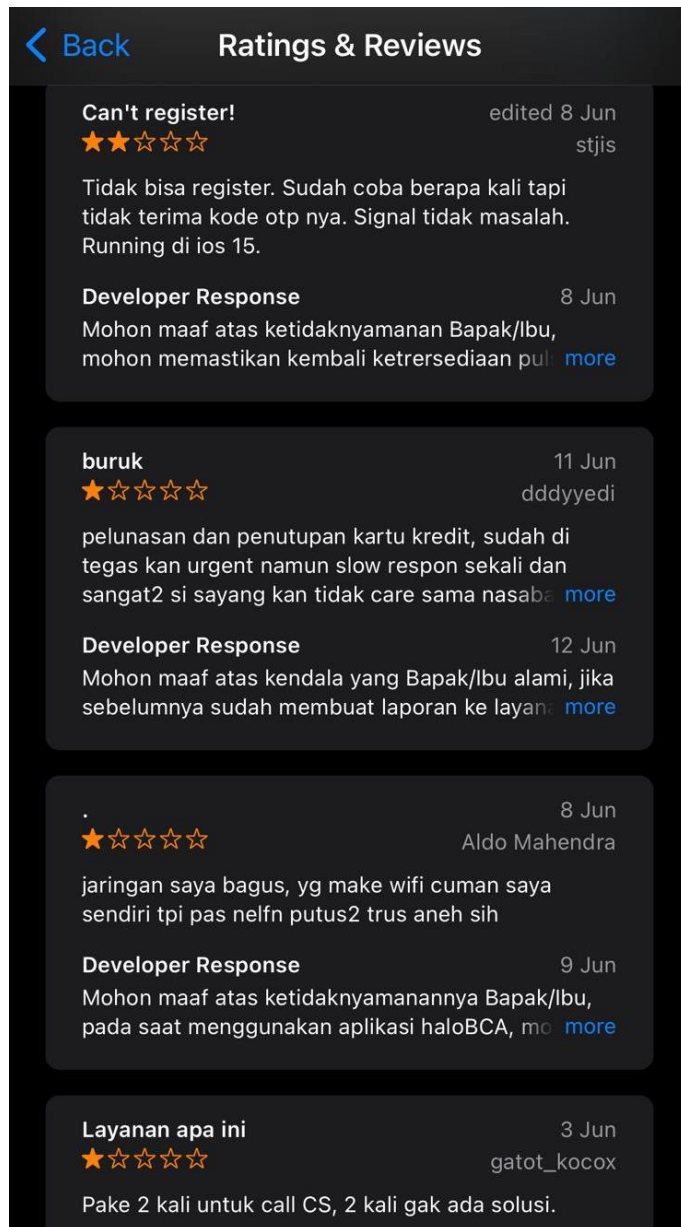
Pada Gambar 1.5 merupakan hasil rating Aplikasi Halo BCA. Pada rating tersebut aplikasi Halo BCA memiliki rating 4,2 dari 5. Rating yang memiliki frekuensi yang paling banyak ialah bintang 5. Memang, pada hasil review dari pengguna aplikasi tersebut banyak yang terpenuhi akan kebutuhannya dalam layanan perbankan. Namun tidak menutup kemungkinan untuk penggunanya yang merasa tidak terpenuhi akan kebutuhannya dalam penggunaan aplikasi Halo BCA, hal tersebut dibuktikan dari hasil rating yang memiliki frekuensi terbesar kedua ialah yang memberikan bintang satu pada aplikasi tersebut. Selain rating, terdapat review positif dan negatif dari para penggunanya.



Gambar 1. 6 Review positif dari pengguna Aplikasi Halo BCA

Sumber: (Diambil oleh peneliti melalui cuplikan layar, 2022)

Aplikasi Halo BCA memiliki kinerja yang baik terbukti dari beberapa review penggunanya dalam penggunaan aplikasi tersebut.



Gambar 1. 7 Review negatif dari pengguna Aplikasi Halo BCA

Sumber: (Diambil oleh peneliti melalui cuplikan layar, 2022)

Dibalik kinerja baik yang dimiliki Halo BCA, terdapat beberapa keluhan mengenai pelayanan Halo BCA seperti yang review dari beberapa pengguna yang sudah menggunakan Halo BCA.

Setelah melakukan prariset, maka peneliti pun menemukan fenomena bahwa para khalayak (dalam hal ini adalah para pengguna dari layanan Aplikasi Halo BCA) ternyata memiliki penilaian yang positif maupun negatif sehingga menjadi pertimbangan tersendiri untuk memilih media komunikasi seperti apa yang sekiranya

dapat digunakan dan akan dapat memenuhi kebutuhan layanan perbankan bagi mereka. Hal tersebut juga sesuai dengan asumsi-asumsi dasar pada teori *Maslow's Hierarchy of needs*. Oleh karena itu, dirasa cukup menarik bagi peneliti untuk dapat melakukan analisis lebih lanjut serta mendalam guna mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari terpaan media pada layanan Aplikasi Halo BCA terhadap pemenuhan kebutuhan layanan perbankan bagi penggunanya.

Pada penelitian kali ini, peneliti akan mencoba untuk lebih fokus pada bagaimana penggunaan suatu media yang telah dipilih oleh para pengguna tersebut akan dapat memengaruhi kebutuhan penggunanya. Selain itu, nantinya juga akan dilakukan uji hipotesis untuk mencari kebenaran yang terjadi dari praduga awal yang telah dibuat oleh peneliti agar bisa ditemukan hasil akhir penelitian sesuai dengan data dan keadaan di lapangan.

Berdasarkan uraian di atas, terpilihnya Bank BCA sebagai bank terbaik di Indonesia tentunya didukung oleh motivasi dan kepuasan nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Setiap nasabah yang menggunakan aplikasi Halo BCA tentunya memiliki motivasi yang berbeda, motif yang berbeda juga akan mempengaruhi kepuasan secara berbeda berdasarkan kebutuhan masing-masing. Hal inilah yang menarik minat penulis, apakah alasannya menggunakan aplikasi Halo BCA mempengaruhi kepuasan yang diterima nasabahnya. Penelitian ini menggunakan teori kepuasan dengan asumsi bahwa nasabah Bank BCA memiliki pilihan *channel* yang dimiliki pada Halo BCA seperti telepon, *chatting*, *email*, dan Twitter serta bagaimana pengaruh media tersebut terhadap nasabahnya. Dengan kata lain, teori *Maslow's Hierarchy of needs* dapat diartikan sebagai tentang kebutuhan manusia dengan aplikasi Halo BCA yang digunakan dan kepuasan yang diperoleh dari individu tersebut.

Penelitian ini juga merujuk pada referensi penelitian sebelumnya sebagai pembanding yakni "*Pengaruh Motif penggunaan Aplikasi Halodoc terhadap kepuasan pengguna dalam layanan kesehatan*" yang diteliti oleh Jihan Thalia, Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta pada tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana mengetahui pengaruh motif penggunaan aplikasi Halodoc terhadap kepuasan pengguna Halodoc (Thalia, 2021). Selain itu terdapat penelitian sebelumnya yang membahas mengenai *Call center* Halo BCA, Hasil Penelitian yang dilakukan oleh

Karina Sasti Aditya (2016) menyatakan bahwa kepuasan nasabah Bank BCA terhadap *Call center* Halo BCA sebesar 81% sedangkan kualitas pelayanan *Call center* Halo BCA yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 81,4%.

Motif dalam penggunaan Aplikasi Halo BCA menjadi fokus pada penelitian ini. Untuk itu, peneliti ingin mengukur sejauh mana pengaruh motif penggunaan Aplikasi Halo BCA terhadap kepuasan nasabah dalam sebuah layanan perbankan. Dalam suatu penelitian ini peneliti bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian yang berdasarkan fenomena di atas sebagai berikut. **“PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN APLIKASI HALO BCA TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM LAYANAN PERBANKAN.”**. Dengan adanya aplikasi Halo BCA, penggunanya dapat mengetahui seberapa besar dan seberapa pengaruh Motif kepuasan pengguna pada Aplikasi Halo BCA.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada sebuah fenomena ini memiliki sebuah masalah untuk diidentifikasi dan diuraikan dalam penelitian ini. Maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian adalah berapa besar pengaruh motif penggunaan aplikasi Halo BCA terhadap kepuasan nasabah dalam layanan perbankan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, Maka peneliti menentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh motif penggunaan aplikasi Halo BCA terhadap kepuasan nasabah dalam layanan perbankan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua kegunaan untuk pengembangan ilmu pengetahuan (teoritis) dan kegunaan pelaksanaan secara luas (praktis).

a. Teoritis

Secara teoritis, temuan penelitian tentang fenomena ini diharapkan dapat memperkaya gambaran teoritis kajian media, khususnya media baru, tentang pengaruh motivasi terhadap kepuasan pelanggan Bank BCA yang diperoleh ketika menerapkan aplikasi Halo BCA dalam penggunaan media. banyak digunakan oleh masyarakat umum untuk teori *Maslow's Hierarchy of needs*.

b. Praktis

- 1) Penelitian ini akan menambah pengetahuan mengenai teori *Maslow's Hierarchy of needs* dalam ilmu komunikasi dan memberikan kemampuan peneliti untuk menganalisis Pengaruh motif penggunaan Halo BCA terhadap kepuasan Pengguna Aplikasi Halo BCA.
- 2) Bagi Pihak Bank BCA, Pada sebuah penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, masukan dan evaluasi untuk pengembangan lebih lanjut aplikasi Halo BCA kedepannya dengan melihat bagaimana pola penggunaan Halo BCA mempengaruhi kepuasan Pengguna Aplikasi Halo BCA.
- 3) Bagi pihak lain dan masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan *overview and information* kepada pengguna Halo BCA atau masyarakat umum yang tertarik untuk mengetahui pengaruh motivasi penggunaan Halo BCA terhadap kepuasan Pengguna Aplikasi Halo BCA.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

| Kegiatan | Waktu (Bulan ke-) | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Penelitian Pendahuluan | | | | | | | | |
| Seminar Judul | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal | | | | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | |
| Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | | | |
| Ujian Skripsi | | | | | | | | |

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis sesuai sistematika yang ditentukan. Sistematika penulisan tersebut dijelaskan di bawah ini.

a. Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi: latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat rangkuman secara ringkas tentang hasil tinjauan pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar/ rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

c. BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam penelitian. Metode serta teknik analisis data yang digunakan harus relevan dan dapat menghasilkan data yang bisa menjawab masalah penelitian

d. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang Karakteristik Responden dan Hasil Penelitian yang menjelaskan bahwa Karakteristik Responden Untuk penelitian bersifat survey atau menyebarkan kuesioner dalam proses perolehan data primernya.

e. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan Kesimpulan hasil analisis data dalam kaitannya dengan jawaban dari identifikasi masalah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Saran merupakan masukan yang diberikan oleh peneliti berkaitan dengan hasil penelitian.