



Analisis Kualitas Layanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA)

Sania Eka Yanti^{1*}, Tombang Daulat Ni Roha Harianja², Agung Wirakusuma³,
Mohamad Zein Saleh⁴

¹⁻⁴Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia
e-mail: ^{1*}sania.ekayanti@student.upj.ac.id, ²tombang.daulatni@student.upj.ac.id,
³agung.wirakusuma@student.upj.ac.id, ⁴zein.saleh@upj.ac.id

Alamat : Jl. Cendrawasih Raya Bintaro Jaya, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15413

Korespondensi penulis : sania.ekayanti@student.upj.ac.id

Abstract *In the current era, customers are more critical and intelligent in determining which bank to use so banks need to understand customer needs and preferences more deeply. Optimal service quality is one of the keys to retaining and attracting customers. The purpose of this study is to analyze service quality and its impact on BCA customer satisfaction, which is then expected to provide more insight into this matter. The research method used is qualitative with literature study data collection. The results of this study indicate that BCA's service quality is very good, but still needs to be improved, especially regarding digital services. Then, service quality can have an impact on customer satisfaction.*

Keywords: *Service, Quality, Customer, Satisfaction, BCA, Experience.*

Abstrak Pada era saat ini, nasabah lebih kritis dan cerdas dalam menentukan bank yang ingin digunakan sehingga bank perlu memahami kebutuhan serta preferensi nasabah dengan lebih mendalam. Kualitas layanan yang optimal menjadi salah satu kunci untuk dapat mempertahankan serta menarik nasabah. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BCA, yang kemudian diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mengenai hal tersebut. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pengumpulan datanya studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan BCA tergolong sangat baik, namun masih perlu ditingkatkan terutama terkait layanan digital. Kemudian, kualitas layanan dapat berdampak pada kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas, Layanan, Kepuasan, Nasabah, BCA, Pengalaman.

1. PENDAHULUAN

Persaingan di industri pada era saat ini semakin ketat, khususnya pada industri perbankan, kualitas layanan yang optimal menjadi salah satu kunci untuk dapat mempertahankan serta menarik nasabah. Bank sebagai lembaga keuangan yang mempunyai fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta menawarkan berbagai produk atau layanan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh layanan yang diberikan kepada nasabah memenuhi ataupun melampaui standar. Menurut Nisa et al. (2024) kualitas layanan yang unggul dapat berperan penting dalam kepuasan serta retensi nasabah. Bank di Indonesia sangat beragam mulai dari bank syariah sampai konvensional, hal ini membuat nasabah memiliki banyak pilihan, namun dengan adanya kualitas layanan yang terus konsisten atau bahkan ditingkatkan dapat membuat mereka tetap loyal.

Pada era saat ini, nasabah lebih kritis dan cerdas dalam menentukan bank yang ingin digunakan sehingga bank perlu memahami kebutuhan serta preferensi mereka dengan lebih mendalam. Maka dari itu, bank harus proaktif untuk menawarkan berbagai solusi dan inovasi untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Pelayanan yang ramah, cepat, *responsive*, kemudahan transaksi, dan tidak tertinggal tren salah satunya terkait dengan penggunaan teknologi, memungkinkan untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah, terlebih lagi di era digital ini semuanya dituntut untuk cepat dan efisien. Bank yang dapat memberikan layanan unggul, tidak hanya mendapatkan loyalitas nasabah, namun dapat mempunyai keunggulan kompetitif yang kuat di pasar. Ketika suatu bank memiliki keunggulan kompetitif maka dapat memperkuat reputasi, meningkatkan pangsa pasar, dan bahkan maupun memperluas jangkauan layanannya dengan lebih efektif.

Bank yang gagal untuk dapat memenuhi ekspektasi dari nasabah dapat berisiko kehilangan nasabah karena sangat memungkinkan untuk bank lain memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi nasabah. Wati et al. (2023) menyatakan bahwa bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, terutama di perbankan, pengukuran tingkat kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting termasuk kepuasan dari pelayanan. Hal tersebut disebabkan adanya sifat kompetitif di sektor perbankan. Dengan mengukur kepuasan pelanggan melalui survey, wawancara, komentar dari sosial media atau lainnya dapat membantu bank untuk lebih memahami nasabahnya. Hal ini juga dilakukan oleh PT. Bank Central Asia (BCA) untuk memahami nasabahnya dan strategi jangka panjang.

PT. Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank swasta yang telah didirikan dari tahun 1957. Sejak didirikan, BCA terus berupaya untuk mengembangkan produk perbankan dan layanan yang inovatif serta sesuai dengan kebutuhan dari nasabahnya. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya saing serta mempertahankan posisinya sebagai salah satu bank terkemuka dan terpercaya di Indonesia. Meskipun demikian, untuk selalu memastikan bahwa nasabah menerima kualitas layanan yang diharapkan menjadi salah satu tantangan BCA. Maka dari itu, BCA harus mampu mempertahankan dan meningkatkan layanan yang berkualitas serta terbaik, baik itu melalui kantor fisik, platform online salah satunya mobile banking.

BCA menyadari seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi (TI), pengguna platform digital semakin meningkat. Namun, peningkatan tersebut diiringi juga dengan risiko kejahatan siber, untuk itu BCA harus meningkatkan sistem keamanan teknologi informasinya. Berdasarkan artikel berjudul *Hari Pelanggan Nasional 2021, BCA Prioritaskan Keamanan Data Nasabah* (2021) menjelaskan bahwa untuk menjaga keamanan

transaksi, BCA memberikan perlindungan tambahan berupa *two factor authentication* untuk memastikan bahwa seseorang yang tepat yang dapat mengakses aplikasi. Selain upaya tersebut, upaya-upaya lainnya untuk meningkatkan kualitas layanan harus dilakukan secara berkesinambungan agar BCA tetap relevan di tengah-tengah persaingan yang semakin sengit. Dengan demikian, tujuan dibuatnya paper ini yaitu menganalisis aspek-aspek kualitas layanan yang diterima oleh nasabah BCA, menganalisis dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BCA, dan menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan dan menurunkan kepuasan nasabah BCA. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mengenai kualitas layanan BCA dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BCA.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Menurut Sholikhah et al. (2024) kualitas pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan pelanggan, serta memastikan bahwa layanan tersebut disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan menjadi aspek yang penting untuk BCA, hal ini dikarenakan kualitas layanan dapat mempengaruhi persepsi nasabah yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan serta loyalitas mereka. Menurut Sharma et al. (2024) kualitas layanan dapat diukur melalui dimensi SERVQUAL seperti *reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness*. Berbagai dimensi tersebut dapat digunakan untuk menilai seberapa mampu bank dalam memenuhi ekspektasi dari para nasabahnya dalam memberikan layanan berkualitas. Penerapan teknologi perbankan elektronik menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan. Dengan semakin banyak nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* serta platform digital lainnya, BCA harus memastikan bahwa layanan ini mudah untuk digunakan serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah. Jika layanan ini tidak optimal atau memuaskan, maka dapat menimbulkan risiko nasabah tidak merasa puas yang pada akhirnya beralih ke bank lain. Dengan demikian, kualitas layanan harus dilakukan peningkatan atau perbaikan secara berkala untuk menciptakan hasil yang optimal bagi nasabah.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu perasaan senang ataupun kecewa yang muncul ketika individu melakukan perbandingan antara hasil atau kinerja suatu produk yang dipersepsikan dengan harapannya (Ismulyaty et al., 2022). Menurut Bellasaputri & Arif (2022) memuaskan keinginan maupun kebutuhan mereka memiliki dampak positif untuk perusahaan. Nasabah yang merasa puas karena kinerja BCA yang sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka mereka akan menjadi loyal seperti mereka terus-menerus menggunakan produk maupun layanan dari BCA ditengah persaingan antara perbankan, dan merekomendasikan BCA kepada orang lain. Kepuasan nasabah Dalam BCA, pengalaman terhadap kecepatan, keramahan petugas, kemudahan akses yang diberikan sampai ketepatan informasi yang diberikan dapat menjadi aspek nasabah menjadi loyal. Di era yang semakin kompetitif ini, menjaga kepuasan nasabah melalui berbagai inovasi, peningkatan kualitas dalam berinteraksi, serta menyesuaikan pada kebutuhan nasabah menjadi kunci bagi BCA agar tetap menjadi pilihan utama bagi nasabahnya.

Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah

Nasabah dapat merasakan berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah menerima layanan, bergantung pada apakah harapan mereka terpenuhi atau melebihi ekspektasi. Kepuasan nasabah hanya dapat dicapai melalui penyediaan layanan berkualitas. Layanan yang baik sering kali dinilai oleh pelanggan secara langsung. Ismulyaty et al. (2022) Penyedia layanan yang memiliki kualitas merupakan penyedia yang mampu secara konsisten memberikan pengalaman layanan yang memuaskan dalam jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Suprpto & Setyawardani (2023) menyatakan kepuasan nasabah diantaranya dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan sehingga dalam memberikan pelayanan, bank perlu memenuhi kebutuhan nasabah untuk mendukung berbagai produk yang bank tawarkan. Menurut Novianti et al. (2018) kualitas layanan yang baik meningkatkan pengalaman positif nasabah, yang berdampak langsung pada tingkat kepuasan mereka.

Hal ini karena layanan yang berkualitas memenuhi atau bahkan melampaui harapan nasabah.

Dalam konteks perbankan, kualitas layanan tidak hanya mencakup interaksi langsung antara petugas bank dan nasabah, tetapi juga layanan pendukung seperti teknologi perbankan digital. BCA, sebagai salah satu bank terkemuka yang ada di Indonesia, telah mengembangkan

berbagai inovasi layanan, seperti mobile banking, internet banking, dan halo BCA 24/7, yang secara signifikan mendukung terciptanya kepuasan nasabah

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman lebih mendalam mengenai persepsi dan pengalaman nasabah terkait kualitas layanan di PT. Bank Central Asia (BCA) serta dampaknya terhadap kepuasan mereka. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Nasution, 2023). Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu studi literatur. Menurut Aryanty et al. (2020) studi literatur merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan berbagai sumber pustaka seperti buku, artikel penelitian, maupun jurnal yang berisikan laporan dari penelitian terdahulu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

BCA berkomitmen memberikan layanan berkualitas kepada nasabah dengan fokus pada *service excellence* (keunggulan layanan) dan *customer engagement* (keterlibatan pelanggan). Survei yang dilakukan oleh Gallup International dalam Live to Empower: Laporan Keberlanjutan (2023) menyatakan BCA berhasil berada di batas skor atas rata-rata atau 90th percentile. Disamping itu, survei *branch service quality* pada tahun 2023 sebesar 4,88 meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 4,86, hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan BCA konsisten dengan adanya peningkatan dari tahun ke tahun. Kemudian, survei *customer engagement* pada tahun 2023 sebesar 4,75 meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 4,73, ini mencerminkan tingkat keterlibatan nasabah semakin meningkat dan menunjukkan bahwa BCA berhasil mempertahankan keterlibatan nasabahnya dengan baik

Prasetyo & Udayana (2023) menyatakan kualitas layanan BCA secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah. Hal serupa ditemukan pada penelitian Suprpto & Setyawardani (2023) menyatakan kualitas layanan berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa ketika bank, seperti BCA dapat memberikan layanan yang berkualitas tinggi maka nasabah cenderung merasa puas dengan pengalaman yang diterima mereka. Saputri et al. (2022) menyatakan berbagai faktor dan atribut (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, serta empathy*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu faktor *assurance*, dan layanan yang perlu ditingkatkan yaitu faktor *responsiveness*. Dalam mempertahankan kepuasan nasabah, maka BCA perlu memastikan bahwa proses komunikasi

dengan nasabah berjalan dengan lancar serta menanggapi seluruh permintaan dengan secepat mungkin dan efisien. Namun, tetap menjaga keunggulannya.

Ekspektasi nasabah terhadap pelayanan perbankan berubah dengan cepat di era digital ini. Inovasi dalam platform mobile banking yang mudah digunakan dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Dalam *Live to Empower: Laporan Keberlanjutan (2023)* menyatakan lebih dari 99,7% transaksi nasabah dilakukan melalui kanal digital. Angka tersebut dapat menunjukkan bahwa BCA berhasil menyediakan layanan digital yang memenuhi kebutuhan nasabah seperti kecepatan dan kemudahan. Selain itu juga, ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi nasabah ke layanan digital. Dalam layanan digital BCA seperti mobile banking serta internet banking, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti menstransfer dana, cek saldo, membayar tagihan, serta lainnya dengan mudah, cepat dan fleksibel. Proaktif dan kecepatan respon terhadap keluhan juga menjadi salah satu kekuatan BCA, salah satunya keberadaan Halo BCA yang dibuka 24/7 semakin memperkuat kualitas layanan yang diberikan oleh BCA. Layanan yang tersedia sepanjang waktu dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah yang pada akhirnya dapat menjaga kepuasan nasabah.

Keamanan digital menjadi faktor utama bagi nasabah dalam menentukan apakah mereka akan tetap setia dan puas menggunakan layanan BCA. Dengan penerapan *fitur two-factor authentication*, BCA dapat memberikan rasa aman nasabah dalam melakukan transaksi digital. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Silawane (2021) menunjukkan 5 (lima) alasan utama menggunakan mobile banking BCA, tiga diantaranya yaitu lebih cepat dan nyaman dengan 44 dari 100 orang, bisa 24 jam (fleksibel) dengan jumlah responden 37 dari 100 orang, dan lebih aman dengan jumlah responden 13 dari 100 orang. Hal tersebut menunjukkan, beberapa nasabah masih merasakan ketidaknyamanan terkait potensi risiko siber, yang menandakan perlunya peningkatan berkelanjutan dalam teknologi keamanan. BCA perlu terus berinovasi dan mengikuti tren teknologi untuk memastikan layanannya tetap relevan dan kompetitif. Penggunaan teknologi seperti *artificial intelligence* dalam layanan pelanggan atau peningkatan integrasi dengan platform e-commerce, dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan BCA tergolong sangat baik, namun masih perlu ditingkatkan terutama terkait layanan digital salah satunya sistem keamanan. Kemudian, kualitas layanan dapat berdampak pada kepuasan nasabah.

5. KESIMPULAN

Persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, terutama dalam hal kualitas layanan, menuntut bank untuk memberikan layanan yang unggul guna mempertahankan dan menarik nasabah. PT. Bank Central Asia (BCA), sebagai salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia, terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan BCA tergolong sangat baik dan masih perlu ditingkatkan terutama terkait layanan digital. Lalu, kualitas layanan dapat berdampak pada kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang unggul tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi BCA. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, risiko kejahatan siber juga meningkat, sehingga BCA perlu memperkuat sistem keamanan. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah melalui survei dan media sosial juga penting untuk memastikan pelayanan memenuhi ekspektasi dan meningkatkan kualitas layanan karena kualitas layanan yang baik berperan penting dalam menjaga posisi BCA di tengah persaingan yang semakin sengit.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanty, N., Mutmainnah, M., Darmawan, A., Rahman, A. O., Aurora, W. I. D., Purwakanthi, A., S, N. E., Nurlinawati, S. R., & Periantolo, J. (2020). Buku panduan penulisan skripsi studi literatur.
- Bellasaputri, V., & Arif, D. (2022). Analisis kualitas pelayanan, kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BCA. *IQTISHADequit Jurnal Manajemen*, 4(2), 94–100.
- Hari Pelanggan Nasional 2021, BCA prioritaskan keamanan data nasabah. (2021). *BCA.co.id*. [Online]. Available: <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riiset/pressroom/siaran-pers/2021/09/06/07/55/hari-pelanggan-nasional-2021>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *Jurnal Nisbah*, 8, 66–75.
- Live to empower: Laporan keberlanjutan. (2023). *www.bca.co.id*. [Online]. Available: <https://www.bca.co.id>
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif. CV. Harfa Creative.
- Nisa, F. D., Arumsari, N. R., & Karatri, R. H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan relationship marketing terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank BKK Cabang Dawe. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 4(1), 43–59. <https://doi.org/10.24176/jsmb.v4i1.12248>

- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Prasetyo, D. E., & Udayana, P. D. C. I. B. N. (2023). Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah BCA Syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 55–57. <https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.16738>
- Saputri, S. M., Sasongko, L. R., & Linawati, L. (2022). Analisis kepuasan nasabah terhadap faktor-faktor layanan perbankan analysis of customer satisfaction on banking service factors using fuzzy-servqual method at BCA Tegal. *Journal of Fundamental Mathematics and Applications (JFMA)*, 5(1), 35–46.
- Sharma, V., Jangir, K., Gupta, M., & Rupeika-Apoga, R. (2024). Does service quality matter in FinTech payment services? An integrated SERVQUAL and TAM approach. *International Journal of Information Management Data Insights*.
- Sholikhah, I. N., Nurhayati, N., & Prodi, A. N. R. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap kepuasan nasabah pengguna M-Banking BCA. *Jurnal Riset Akuntansi (JRA)*, 49–54. [Online]. Available: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRA/article/view/3812>
- Silawane, A. S. S. (2021). Efektivitas penggunaan mobile banking BCA (Studi kasus pada nasabah Bank BCA KCP Cipanas). Universitas Pakuan.
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2023). Self service technology, kualitas layanan jasa, pemasaran hubungan (relationship marketing) terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank BCA KCP Kupang Jaya Surabaya. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(1), 223–246. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.636>
- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ambitek*, 3. [Online]. Available: <https://jurnalambitek.stie-mahaputra-riau.ac.id/ojs/index.php/ambitek/article/download/65/67>