

***REVIEW OF DIGITAL CUSTOMER SERVICE IN THE 4.0 ERA  
AT CENTRAL ASIA BANKS***

*by:*

**Nindya Rahma Anindisha**

***ABSTRACT***

*International bank in Indonesia, Bank Central Asia (BCA) is the best bank in terms of asset quality and customer service. In the world of banking, customer service is important in carrying out marketing strategies. Therefore, BCA requires special skills for employees to create an atmosphere that is different from the previous atmosphere and always innovates to keep up with the times where the 4.0 era continues. In this study, the authors used Field Research, namely in-depth research which resulted in a complete and well-organized description of the unit. Researching by asking directly to customer service, other employees of Bank Central Asia (BCA). The approach used is a qualitative approach. Amid the emergence of many digital banks, BCA is making efforts to improve manual customer service by conducting training or training that is closer to customers, especially generation Z customers. This can also be done by improving the quality of human resources, and strengthening solution centers. Digital Customer Service has artificial intelligence capabilities like humans, but there is one thing that humans cannot replace, namely the heart. Because with a human heart one can have extraordinary empathy and patience to build progress in the level of education in Indonesia.*

***Keywords:*** *Customer Service, Digital, 4.0 Era, Generation Z*

# **TINJAUAN *CUSTOMER SERVICE* DIGITAL DI ERA 4.0 PADA BANK CENTRAL ASIA**

**Oleh:**

**Nindya Rahma Anindisha**

## **ABSTRAK**

Bank internasional di Indonesia, Bank Central Asia (BCA) merupakan bank terbaik dalam hal kualitas aset dan layanan pelanggan. Dalam dunia perbankan, pelayanan nasabah menjadi hal yang penting dalam melakukan strategi pemasaran. Oleh karena itu, BCA membutuhkan skill khusus untuk para pegawai supaya menciptakan suasana yang berbeda dari suasana sebelumnya dan selalu berinovasi mengikuti perkembangan zaman yang dimana era 4.0 terus berjalan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (Field Research) yaitu penelitian mendalam yang hasilnya gambaran yang lengkap dan terorganisir baik mengenai unit tersebut. Meneliti dengan bertanya secara langsung kepada *customer service*, pegawai lain dari Bank Central Asia (BCA). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Ditengah banyak bermunculan bank digital, Bank Central Asia (BCA) melakukan upaya peningkatan pelayanan *customer service* manual dengan cara melakukan pelatihan atau training yang lebih mendekati diri kepada nasabah terutama nasabah generasi Z dapat dilakukan juga dengan meningkatkan kualitas SDM, dan memperkuat solusi center. *Customer Service* Digital memiliki kemampuan kecerdasan buatan layaknya seperti manusia, akan tetapi terdapat satu hal yang tidak akan bisa digantikan oleh manusia yaitu hati. Karena dengan hati manusia bisa memiliki empati dan kesabaran yang luar biasa untuk membangun kemajuan tingkat pendidikan di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Customer Service*, Digital, Era 4.0, Generasi Z