

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sebagai bank internasional terbesar di Indonesia berdasarkan aset, Bank Central Asia (BCA) merupakan yang terbaik dalam hal kualitas aset, kuantitas mesin ATM dan ATM, serta layanan pelanggan. Banyak nasabah merasa cukup mudah untuk melakukan bisnis dengan BCA karena terdapat banyak pilihan produk dari berbagai mata uang yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan menawarkan layanan pelanggan berkualitas tinggi (Zahrah Firyal Salma, 2023).

Berdasarkan situs resminya, Bank Central Asia dibentuk pada tanggal 21 Februari 1957 oleh Sudono Salim dan BCA juga merupakan flagship company dari Salim Group. Namun, pemilik Bank Swasta saat ini adalah PT Djarum, perusahaan retail terbesar dan ternama di Indonesia. Setelah mengalami pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun, BCA kini dapat memperluas layanan dan fasilitas guna memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dalam bertransaksi mata uang, baik untuk keperluan bisnis maupun pribadi.

BCA memiliki misi dan visi untuk memajukan perekonomian Indonesia agar lebih stabil. Akibatnya, ia memiliki kapasitas untuk membangun pusat pertukaran mata uang serta memecahkan berbagai masalah keuangan secara lebih berhasil dengan memahami kebutuhan mereka dan memberikan bantuan sebaik mungkin. Inilah penjelasan mengapa BCA memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbagai cara, seperti melalui penawaran layanan pembayaran tagihan, pendidikan, kesehatan, dan produk keuangan lainnya.

Kinerja pelayanan nasabah (*customer service*) dalam dunia perbankan menjadi hal yang sangat penting dalam melakukan strategi pemasaran. Oleh karena itu, BCA membutuhkan *skill* khusus untuk para pegawai supaya tetap bersinergi menciptakan suasana yang berbeda dari suasana sebelumnya agar selalu berinovasi dari waktu ke waktu supaya BCA dapat mengikuti perkembangan zaman yang dimana revolusi industri terus berjalan khususnya era revolusi industri 4.0 yang sedang menuju era revolusi industri 5.0 atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Artifical Intelligence* (AI) dan Metaverse. Menurut kamus Britannica, *Artifical*

Intelligence (AI) adalah simulasi atau tiruan kecerdasan buatan manusia yang dapat diproses oleh mesin khususnya sistem komputer. Sedangkan, Metaverse itu sendiri adalah penggabungan antara dunia nyata dengan dunia digital. Metaverse atau dunia nyata secara digital ini nantinya manusia dapat melakukan kegiatan atau aktivitas sehari-hari dimana saja dan kapan saja.

Ungkapan revolusi industri 4.0 sering digunakan untuk menggambarkan kondisi industri teknologi global saat ini. Untuk periode waktu ini, dunia sebagian besar terfokus pada teknologi dengan komponen digital yang kuat. Perbankan digital dan layanan digital lainnya hanyalah dua contoh dari teknologi digital yang telah hadir dan selalu hadir di sekitar kita. Kemunculan digital banking tidak terlepas dari keinginan bank saat ini untuk mendapatkan kepercayaan dari setiap nasabah. Faktor lainnya adalah banyaknya orang setiap hari yang ingin melakukan transaksi keuangan seperti pembayaran, transfer, atau pembayaran tagihan. Akibatnya, setiap bank di dunia berlomba-lomba untuk berinovasi dengan cara yang lebih menguntungkan, dan satu-satunya cara adalah dengan memanfaatkan teknologi melalui sistem perbankan digital saat ini.

Perbankan Digital atau biasa dikenal dengan istilah *Digital Banking* adalah pelayanan atau transaksi perbankan yang dijalankan secara pribadi dengan menerapkan catatan bank elektronik atau digital, materi digital yang dibuat oleh calon atau nasabah bank, atau keduanya. Hal terpenting yang dilakukan Bank BCA dalam memberikan bantuan kepada nasabah adalah menerapkan kemajuan teknologi digital dengan mengimplementasikan *customer service* digital. Sebagaimana kita ketahui, BCA merupakan bank swasta terbesar di Indonesia dan memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak serta penyediaan layanan nasabah secara digital akan sangat menguntungkan bagi bank maupun bagi nasabah.

Selain memiliki jumlah nasabah terbanyak, BCA juga menjadi sorotan dunia terkait perbankan digitalnya. BCA mampu berevolusi dengan perkembangan yang sangat cepat mengikuti perubahan inovasi digital. Hal tersebut bisa dibuktikan oleh BCA melalui banyak penghargaan yang telah didapat baik dalam skala nasional maupun internasional. Dan melalui *customer service* digital, bank konvensional ini mampu bersaing dengan bank digital lainnya yang telah berkembang pesat dalam lingkungan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, membuat penulis tertarik untuk membuat Laporan Tugas Akhir (TA) dengan judul **“Tinjauan *Customer Service* Digital di Era 4.0 pada Bank Central Asia.”**

I.2 Tujuan

Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk kelulusan Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma. Pada kegiatan penulisan berlangsung, tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai dengan membagikan pengetahuan umum kepada seluruh mahasiswa Perbankan dan Keuangan mengenai kinerja *customer service* melalui metode penulisan yang sesuai dengan pedoman. Tujuan penulis melakukan penyusunan karya ilmiah yaitu sebagai berikut:

1. Memahami lebih jauh mengenai *digital banking* bca yang sudah berkembang pesat dari waktu ke waktu.
2. Memahami tingkat kesulitan kinerja *customer service* dalam melakukan kegiatan operasionalnya tanpa bantuan *customer service* digital.
3. Membandingkan pelayanan *customer service* oleh manusia dengan *customer service* oleh digital.
4. Melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada *customer service* digital
5. Membandingkan kinerja karyawan *customer service* sebelum dan setelah adanya *customer service* digital.

I.3 Manfaat

Sebagaimana tujuan yang telah dijelaskan pada karya ilmiah ini, penulis mengharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis dalam perkembangan ilmu perbankan pada umumnya di antaranya, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis atau akademis, sebagai berikut

Penyelesaian dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai kegiatan operasional *customer service* bank, memberikan pemahaman penelitian berupa *strength* dan *weakness customer service* bank, melatih skil mengatasi masalah dengan mencari solusi melalui

survei lapangan untuk mengetahui fakta perkembangan digital banking di Era Revolusi Industri 4.0. khususnya *customer service* digital.

2. Manfaat Praktis, sebagai berikut:

Pada penulisan ini, perkembangan transaksi dapat memberikan manfaat mengenai pemahaman perbankan khususnya pada *customer service* digital pada Generasi Z. Manfaat penggunaan transaksi dibagi dalam 3 jenis, diantaranya:

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penulisan ini, memberikan manfaat kepada penulis berupa pemahaman materi yang diambil dari mata kuliah Praktik Pelayanan Nasabah yang berisi mengenai bagaimana cara menjadi *customer service* yang baik dan benar sesuai SOP Perbankan.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penulisan ini, memberikan manfaat kepada pembaca berupa pemahaman baru kepada seluruh mahasiswa Perbankan dan Keuangan mengenai inovasi *digital banking* dan *digital service* yang akan terus berkembang pesat dari waktu ke waktu.

c. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penulisan ini, memberikan manfaat kepada perusahaan berupa melakukan inovasi *digital service* menjadi kebutuhan penting dalam peningkatan pelayanan nasabah.