# OPINI PUBLIK TERHADAP PENGGUNAAN MESIN CS DIGITAL PADA NASABAH BANK BCA

**Rojul Firmansyah**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

rojulfirmansyah@gmail.com

**Abstrak**

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia semakin pesat dari waktu ke waktu. Semakin tingginya tingkat perekonomian menimbulkan banyak bermunculan bank-bank baru yang inovatif, dinamis dan memberikan layanan terbaik. Hal ini membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan bank yang perlu dipertimbangkan dan dipercaya untuk mengelola dananya. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingannya. Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Dengan perkembangan kemajuan teknologi tak terelakkan, para ahli terus berinovasi menciptakan perkakas yang dapat mempermudah kehidupan manusia. Seiring perkembangan teknologi, digital banking mulai mewarnai setiap aktivitas keuangan nasabah. Dalam penelitian ini peneliti Bagaimana opini publik terhadap penggunaan mesin Costumer Servis digital Bank BCA Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil uji tes pada tabel dari hasil penelitian ini Opini memiliki 3 unsur yaitu, Effectiveness (afektifitas), behavioristic (perilaku), Kognitif (pengertian/nalar). Dapat diketahui bahwa nilai opini dari nasabah sebesar 8 dengan tingkat rasa positif yaitu pada pengertian pada opini nasabah yang artinya berpengaruh secara signifikan terhadap Opini Publik terhadap penggunaan mesin Costumer Servis digital Bank BCA.

**Kata Kunci : Opini, Nasabah, Mesin CS Digital**

 ***Abstract***

*The development of the banking business in Indonesia is growing rapidly from time to time. The higher the level of the economy, the emergence of many new banks that are innovative, dynamic and provide the best service. This makes consumers faced with various choices of banks that need to be considered and trusted to manage their funds. Therefore, competition will be greatly influenced by the bank's ability to provide the best quality service compared to its competitors. Customer satisfaction is the main thing that should not be ignored for a company engaged in banking services. With the inevitable development of technological advances, experts continue to innovate to create tools that can simplify human life. Along with the development of technology, digital banking has begun to color every customer's financial activity. In this research, the researcher is how public opinion is on the use of the digital customer service machine at Bank BCA. The type of research used is descriptive quantitative method. The results of this study indicate that based on the test results in the table from the results of this study Opinion has 3 elements, namely, Effectiveness (affectiveness), behavioristic (behavior), Cognitive (understanding/reasoning). It can be seen that the opinion value of customers is 8 with a positive level of feeling, namely the understanding of customer opinions, which means that it has a significant effect on Public Opinion on the use of Bank BCA's digital Customer Service machine.*

***Keywords: Opinion, Customer, Digital CS Machine***

# PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia semakin pesat dari waktu ke waktu. Semakin tingginya tingkat perekonomian menimbulkan banyak bermunculan bank-bank baru yang inovatif, dinamis dan memberikan layanan terbaik. Hal ini membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan bank yang perlu dipertimbangkan dan dipercaya untuk mengelola dananya. Perbankan merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa harus bisa memberikan layanan yang memuaskan kepada nasabahnya, sehingga nasabah dengan sendirinya akan meningkatkan loyalitasnya. Peranan manajemen perbankan juga dituntut untuk bisa meningkatan kualitas layanan bagi nasabah. Kualitas layanan dapat diwujudkan apabila manajemen perbankan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa dapat berguna dengan baik dan dapat dikerjakan dengan baik memiliki mutu yang bernilai harganya. Layanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri,sehingga berdampak pada kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang dipersepsikan oleh pelanggan mencakup dua komponen dasar. Pertama kualitas teknis atau hasil yang sering dianggap sebagai kualitas penyampaian produk, artinya apa yang yang diterima pelanggan dalam interaksinya dengan perusahaan. Kedua kualitas fungsional atau proses, artinya bagaimana pelanggan mendapatkan pelayanan atau mengalami proses produksi dan konsumsi yang simultan, hal ini berkaitan dengan hubungan pembeli dan penjual. Selain kualitas layanan, opini bank juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Apabila kualitas layanan, mutu produk, respon bank terhadap masyarakat baik, maka akan menimbulkan kesan yang positif dimata para nasabah.

 Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingannya. Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.

 Nur Cholis (2018:80) dalam penelitiannya "perbankan Dalam Era Baru Digital) menyatakan bahwa bisnis perbankan adalah bisnis layanan atau jasa perbankan dimana, core-business perbankan adalah mengumpulkan dana dari masyarakat (funding), kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (financing/leading) dan memberikan jasa layanan perbankan (bangking service). Dengan kemajuan industri perbankan yang semakin berkembang, setiap bank dituntut memberikan pelayanan yang terbaik guna meningkatkan laba per tahun (wiwik,2017). Menurut Listriani (2016) jasa perbankan sangat mengutamakan pelayanan dibanding dengan sektor bisnis lainnya. Dengan tuntutan persaingan yang ketat demi memberikan servive excellent kepada nasabah, bank juga

harus siap memberikan pelayanan perbankan yang mengikuti perkembangan digitalisasi teknologi. seiring berjalannya waktu, teknologi berevolusi mengikuti perkembangan manusia itu sendiri.

 Dengan perkembangan kemajuan teknologi tak terelakkan, para ahli terus berinovasi menciptakan perkakas yang dapat mempermudah kehidupan manusia. Seiring perkembangan teknologi, digital banking mulai mewarnai setiap aktivitas keuangan nasabah. Kholis (2018) menyentakan bahwa dengan memudahkan segala aktivitas manusia dalam segala bidang. Berkembangnya teknologi membuat industri perbankan harus bertranformasi dari cara-cara klasik menuju digitalisasi. Sepuluh tahun yang lalu, dalam dunia perbankan, untuk melakukan transaksi perbankan,setiap membuka rekening, ganti kartu atau meminta mutasi rekening koran, nasabah harus datang dan antri ke bank,industri perbankan indonesia telah mengembangkan berbagai layanan berbasis digital yang di manfaatkan oleh masyarakat seperti mobile payment (m-payment),mobile-banking (m-banking),internet banking dan electronic money (e-money),fintech dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melihat adanya opini publik dalam pengaruh penggunaan layanan terbaru bagi sebuah bank, untuk itu peneliti tertarik mengambil judul "**OPINI** **PUBLIK TERHADAP PENGGUNAAN MESIN CS DIGITAL PADA NASABAH BANK BCA**” Penulis berminat untuk mengetahui opini masyarakat terhadap penggunaan mesin cs digital pada BANK BCA.

**2. TINJAUAN PUSTAKA**

**Pengertian Opini Publik**

 Pendapat kelompok masyarakat atau sintesis dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan. Agregat dari sikap dan kepercayaan ini biasanya dianut oleh populasi orang dewasa. Pemilihan opini publik didasarkan kepada jumlah mayoritas yang efektif, dan bukan pada jumlah mayoritas secara keseluruhan. Opini publik menggunakan subjek berupa permasalahan baru yang mengandung pernyataan yang bersifat kontroversial. Sifat dari pernyataannya adalah memiliki suatu hal yang bertentangan, dan menjadi reaksi pertama atau sebuah gagasan baru.

 **Ciri-ciri Opini Publik**

1. Subjektif

Opini yang kita dengar atau kita baca mempunyai sifat yang subjektif karena hanya berpihak pada satu pihak saja. Dengan kata lain, opini hanya menguntungkan satu pihak saja, sehingga informasi yang diberikan menjadi berat sebelah. Apabila informasi yang diberikan tidak seimbang, maka bisa dikatakan bahwa opini itu tidak bersifat netral. Namun, bagi sebagian pembuat opini ada yang seimbang atau bersifat netral. Dikarenakan opini memiliki sifat subjektif, maka kita sebagai pembaca atau pendengar akan menemukan berbagai macam opini dalam suatu hal atau suatu peristiwa yang sama. Hal ini kemungkinan terjadi karena setiap pembuat opini memiliki latar belakang yang berbeda dalam menanggapi suatu peristiwa yang akan terjadi, sedang terjadi, dan sudah terjadi. Oleh sebab itu, kita perlu melihat latar belakang pembuat opini agar mendapatkan informasi bersifat netral.

2. Cenderung Mengarah ke Pendapat Pribadi

Pendapat seseorang ini biasanya dilatar belakangi oleh pengalaman-pengalaman yang pernah dialami dan dilatarbelakangi dengan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, kita bisa melihat dan mengetahui siapa yang menyampaikan opini, apakah seorang ahli dibidangnya, akademisi, dan lain-lain. Selain berdasarkan pengalaman-pengalaman, dalam membuat opini juga dilatarbelakangi oleh sudut pandang pembuat opini dalam menanggapi suatu fenomena atau peristiwa. Dengan membaca atau mendengar opini secara tidak langsung kita akan menemukan sudut pandang baru dalam melihat suatu peristiwa yang sedang terjadi. Semakin banyak sudut pandang yang kita terima dalam melihat suatu peristiwa, maka kita siap untuk menerima perbedaan pendapat yang sedang terjadi. Semakin banyak membaca opini dari orang-orang yang berbeda, maka sudut pandang kita dalam membuat opini semakin luas.

3. Hanya Menjelaskan Hal Tertentu

Jika, berbicara tentang opini biasanya informasi didalamnya hanya menjelaskan hak-hal tertentu saja. Hal-hal yang dimaksud bisa berupa suatu fenomena atau objek. Pada umumnya, dibuatnya suatu opini disebabkan karena adanya trend yang sedang terjadi. Sederhananya, dalam suatu objek atau fenomena akan ada banyak orang yang menjelaskan atau memberikan pendapat (dalam bentuk opini) atas objek atau fenomena tersebut. Dalam suatu fenomena atau objek yang sedang trend, kita akan menemukan berbagai macam opini yang sudah dibuat oleh orang lain. Banyaknya opini yang bermunculan membuat kita bisa memilih untuk membaca atau mendengarkan opini yang menurut kita opini tersebut menarik untuk didengarkan atau dibaca.

4. Kebenarannya yang Belum Pasti

Opini yang bersifat subjektif dan cenderung berdasarkan pendapat pribadi, maka informasi yang ada di dalam opini yang telah disampaikan lewat lisan atau tulisan tersebut kebenarannya belum pasti. Dikarenakan kebenaran informasi dari opini belum pasti, maka kita harus tidak mudah percaya terhadap suatu opini. Namun, jika kita sudah mengecek kebenaran dari sebuah opini, maka kita baru bisa mengetahui apakah kebenaran informasinya sudah pasti atau belum.Kebenaran dari opini yang belum bisa dipastikan disebabkan karena informasi atau data-data yang ada di dalam sebuah opini masih diragukan. Maka dari itu, informasi di dalam opini kebenarannya harus diuji terlebih dahulu agar informasinya tidak diragukan lagi. Pada umumnya, informasi yang belum pasti ini ditandai dengan kata-kata, seperti agak, mungkin, paling, dan sebagainya.

**Tujuan Opini publik**

1. Mengumpulkan Data

Langkah pertama menulis opini adalah mengumpulkan data. Sebelum meriset data, maka kamu perlu mengumpulkan data-data tersebut agar bisa memperkuat kebenaran dari opini yang akan dibuat. Data bisa didapatkan dari berbagai macam media, seperti artikel online, majalah, koran, dan lain-lain. Data-data yang telah dikumpulkan bisa membuat kamu memiliki banyak referensi.

2. Melakukan Riset Data

Langkah kedua dalam membuat opini adalah melakukan riset data. Langkah ini sangat penting karena dengan meriset data, maka opini yang akan dibuat terdapat fakta atau informasi yang kebenarannya sudah pasti. Selain itu, meriset data akan memudahkan kamu untuk menentukan arah opini yang akan dibuat dan menentukan tema untuk menulis opini.

3. Menentukan Argumen yang Kuat

Setelah mengumpulkan data dan meriset data, maka masuk ke langkah ketiga yaitu membentuk argumen yang kuat. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya jika opini merupakan pendapat pribadi dalam menanggapi suatu fenomena. Oleh sebab itu, kamu harus membentuk argumen yang kuat dan sebaiknya jangan mengikuti argumen dari orang lain.

4. Menentukan Sudut Pandang atau Perspektif

Langkah keempat dari menulis opini adalah menentukan sudut pandang. Dalam menentukan sudut pandang, sebaiknya berasal dari sudut pandang penulis sendiri bukan dari sudut pandang orang lain. Hal ini perlu dilakukan karena opini yang sudah jadi akan terlihat lebih berkarakter atau tulisan yang dihasilkan sesuai dengan karakter penulis. Jadi, kamu perlu mengenal karakter diri sendiri terlebih dahulu.

5. Mulai Menulis Opini

Setelah melakukan empat langkah tadi, maka langkah kelima adalah menulis .opini. Langkah ini bisa dibilang sangat penting karena empat langkah sebelumnya akan sia-sia jika tidak melakukan langkah kelima. Sederhananya, tulisan opini tidak akan jadi sebuah karya jika tidak segera ditulis. Oleh sebab itu, jangan menunda-nunda untuk menulis. Semakin sering menulis opini, maka kamu akan terbiasa untuk menulis sebuah opini.

6. Tulisan Opini Dicek Kembali

Langkah terakhir dari menulis opini adalah tulisan opini dicek kembali. Mengapa harus dicek kembali? Agar kamu lebih yakin dengan tulisan opini yang telah dibuat. Selain itu, kamu juga bisa mengetahui apakah ada kesalahan dalam menulis kata dan kalimat. Dengan pengecekan ini, maka hasil tulisan opini akan terlihat lebih rapi dan bagus..

**Mesin Costumer Servis Digital**

**Pengertian Mesin Costumer Servis Digital**

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) terus menerapkan digitalisasi perbankan secara optimal. Salah satu inovasi BCA adalah dengan mengembangkan konsep model cabang masa mendatang yang lebih efisien dengan teknologi dan mesin-mesin digital yang dapat digunakan oleh nasabah secara mandiri. Misalnya adalah mesin CS Digital. Mesin Cs Digital adalah sebuah Layanan dapat dilakukan secara self-service karena menggunakan teknologi yang user friendly dengan melakukan beragam transaksi customer service dengan nyaman yang dapat diakses oleh nasabah 24 jam sehari, 7 hari seminggu di lokasi-lokasi yang ditentukan PT Bank Central Asia Tbk ,dapat mendorong nasabahnya untuk melakukan penukaran kartu debit magnetic stripe menjadi kartu debit berbasis chip. Untuk memfasilitasi penukaran kartu debit, selain melalui customer service di kantor cabang, BCA menawarkan penukaran kartu debit secara mandiri melalui mesin customer service (CS) digital, mesin yang mampu mencetak kartu ATM tanpa bertemu petugas CS itu.

Hingga saat ini, BCA memiliki hampir 1.200 mesin CS digital yang tersebar di berbagai lokasi. "Kami bersyukur bahwa mesin CS Digital ini dapat memberikan nilai tambah dan manfaat jangka panjang, terkhusus di masa pandemi saat ini yang mendorong nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara lebih mudah, praktis, dan aman," tuturnya dalam keterangan tertulis, Jumat (13/8/2021). Hera menjelaskan, nasabah dapat melakukan beragam transaksi customer service yang dapat diakses 24 jam melalui mesin CS digital. Salah satu fitur yang dapat dilakukan oleh nasabah ialah, penggantian kartu ATM, meliputi migrasi karti ATM ke chip, hilang, rusak, penggantian jenis kartu, lupa PIN, serta cetak kartu digital ke fisik. Selain itu, mesin CS digital juga dapat dimanfaatkan untuk registrasi e-Banking, meliputi BCA mobile, Klik BCA Individual (KBI), dan SMS BCA. Baca juga: BCA Putuskan Stock Split Saham, Ini Rasionya "Nasabah atau calon nasabah hanya perlu membawa KTP elektronik saja sebagai alat verifikasi untuk transaksi di mesin CS Digital. Hal ini memudahkan nasabah khususnya di masa pandemi saat ini," ujar Hera. Adapun cara untuk mencetak katu ATM BCA.

Cara menggunakan layanan CS digital adalah sebagai berikut :

- Sentuh layar CS Digital

- Pilih menu kartu, kemudian cetak kartu

- Tap KTP elektronik

- Verifikasi sidik jari

- Input nomor rekening

- Pilih kartu instan

- Aktivasi PIN

- Mesin kemudian akan mengeluarkan kartu baru

BCA menyediakan mesin Customer Service (CS) Digital yang memungkinkan nasabah melakukan layanan mandiri atau self-service karena menggunakan teknologi yang mudah digunakan atau user friendly. Juga bisa melakukan registrasi e-Banking: Mobile Banking (BCA mobile), Klik BCA Individual (KBI), SMS BCA. Sebenarnya, mesin CS Digital BCA dengan fitur ganti kartu ATM menggunakan KTP elektronik sudah bisa dilakukan sejak April 2019. Hingga saat ini, BCA memiliki hampir 1200 mesin CS Digital BCA yang tersebar di berbagai lokasi.

**2 .Manfaat Costumer Servis Digital**

“Jika nasabah ingin mengganti kartu debit/kartu ATM karena hilang, rusak atau ingin ganti jenis kartu, tidak perlu repot atau panik karena mesin CS Digital BCA siap membantu Anda. Nasabah atau calon nasabah hanya perlu membawa KTP elektronik saja sebagai alat verifikasi untuk transaksi di mesin CS Digital. Hal ini memudahkan nasabah khususnya di masa pandemi saat ini,” ujar Executive Vice President Secretariat & Corporate Communication BCA, Hera F. Haryn dalam keterangan tertulis, Jumat (13/8).Ia mengimbau agar nasabah BCA untuk melakukan penggantian kartu debit/kartu ATM magnetic stripe ke kartu debit/kartu ATM berbasis chip. Hal ini sejalan dengan ketentuan Bank Indonesia yang mewajibkan penggunaan kartu chip 100% pada 31 Desember 2021. Adapun jumlah Kartu Debit BCA tercatat sekitar 24 juta hingga Juni 2021. Dari jumlah itu, sekitar hampir 20,6 juta atau sekitar 85% sudah menggunakan chip. “Bagi nasabah BCA yang belum melakukan penggantian kartu ATM magnetic stripe ke kartu ATM chip, kami mengajak nasabah untuk segera melakukan penggantian. Nasabah dapat melakukannya dengan mudah dan praktis di mesin CS Digital BCA”.

**Nasabah**

**Pengertian Nasabah**

Dalam peraturan Bank Indonesia No. 7/7/ PBI 2005 jo No. 10/10 PBI/2008

tentang penyelesaian pengaduan nasabah pasal 1 angka 2 yang dimaksud dengan nasabah atau mitra adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Didalam UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah. Dalam pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank ada juga nasabah ialah perseorangan atau badan yang menggunakan atau menerima fasilitas bank, baik dalam bentuk produk maupun jasa.

**Jenis-Jenis Nasabah**

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi 2 yaitu:

 a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

 b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

# 4. METODE PENELITIAN

**1.8.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif karena penulis ingin mendiskripsikan atau menjelaskan kondisi yang sebenarnya terjadi tentang apa yang telah di teliti, dan juga tujuan dari peneliti guna untuk mengungkapkan sebuah fakta dan peristiwa di dalam intansi ataupun perusahaan.

**1.8.2 Lokasi penelitian**

 Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BCA kantor cabang Diponegoro yang beralamat Jln. Dr.Sutomo 118 Surabaya Kota Surabaya, Jawa Timur - 60241 Karena peneliti tertarik untuk meneliti tentang Opini terhadap nasabah yang ada di bank BCA cabang Diponegoro surabaya tersebut.

 **1.8.3 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah opini dari nasabah dalam penggunaan mesin Cs digital bank bca

.

 **1.8.4 Populasi**

.“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan krakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono,2017:80)

Yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah semua nasabah yang menerima pelayanan di Bank BCA diponegoro surabaya, populasi ini tidak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah nasabah yang menerima pelayanan pada Bank BCA diponegoro surabaya,

Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan kata lain, setiap unit sampel pada sub sampel sebanding dengan jumlah atau ukuran pada unit sampel pada setiap sub populasi. Sedangkan jumlah keseluruhan sampel adalah sebanyak jumlah atau ukuran sampel yang telahditentukan dikarenakan keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, maka dalam waktu yang singkat penilitian.

Jadi dari populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 50 orang responden,penelitian ini yang menjadi sampel berupa data kuesioner yang telah diisi oleh responden yang berada pada tempat penelitian.

**1.8.5** **Teknik sampling**

 Penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan peneliti adalah *Simple Random Sampling* yang diartikan sebagai teknik pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

 Menurut Yount (Jamaluddin, 2015:152) penentuan sampel peneliti menggunakan tabel, yaitu berdasarkan presentase. Sebenarnya tidak ada ukuran mutlak tentang ukuran besarnya sampel penelitian , yang terpenting adalah sampel penelitian benar-benar representatif.

 **Sumber Infomasi dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber informasi (data) dalam penelitian kualitatif bisa berupa orang, kegiatan, dan/atau dokumentasi, Subyek penelitian diperlukan sebagai pemberi keterangan mengenai informasi/data yang menjadi sasaran penelitian. Sumber informasi dalam penelitian ini adalah :

Bank BCA kantor cabang Diponegoro,Surabaya dari secretariat umum bapak Fauzi Amrin.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, Sebab Instrumen penelitian inilah yang sebenarnya sebagai sarana memudahkan peneliti mengambil data di lapangan. Bentuk instrumen penelitian ada banyak sekali bentuknya, ada yang berbentuk instrumen angket, kuesioner, lembar observasi, tes, dan wawancara. Baik wawancara secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Sedangkan yang dimaksud dengan uji instrumen adalah upaya peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas dari instrumen yang diangkat Menurut Sugiyono (2015).

Untuk memperoleh data sebagaimana yang diperlukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuisioner (angket)

 Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2009:199) teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer mengenai kepuasan pelayanan pada Satpas Colombo Kota Surabaya. Data yang dikumpulkan dengan penyebaran, kuisioner (Daftar Pertanyaan) yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah pada penelitian dan diisi langsung oleh responden, dengan harapan responden akan memberi penilaian pada setiap butir daftar pernyataan..

 Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan kata lain, setiap unit sampel pada sub sampel sebanding dengan jumlah atau ukuran pada unit sampel pada setiap sub populasi. Sedangkan jumlah keseluruhan sampel adalah sebanyak jumlah atau ukuran sampel yang telahditentukan dikarenaka keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, maka dalam waktu yang singkat penilitian.

Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi peneliti menggunakan pendapat Slovin:



n = ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahanan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (10% atau 0,1)

= 100

1+(100 x (0,1)²

= 50

 Rumus slovin ini rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuahpopulasi belum diketahui secara pasti. Besaran sampel penelitian dengan rumus slovin ditentukan lewat nilai tingkat kesalahan. Dimana semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil pula sampel yang diambil.

Jadi dari populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 50 orang responden,penelitian ini yang menjadi sampel berupa data kuesioner yang telah diisi oleh responden yang berada pada tempat penelitian.

1. Skala likert.

Skala likert adalah suatu bentuk skala yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk mengukur atau menemukan suatu data kuantitatif, tujuan memperoleh data adlah untuk mengetahui pendapat, persepsi, atau sikap seseorang tentang apa yang terjadi. Skala likert mempunyai banyak bentuk, teragntung pada tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Bentuk pertama adalah skala opini, biasanya ada lima pilihan pada kuesioner, yaitu setuju (S), netral (N), dan tidak setuju (TS). Bentuk laiinnya adalah berupa opini atas fenomena yang sedang berlangsung.

Untuk variabel jawaban setiap indikator pada elemen-elemen pertanyaan mempunyai skor sebagai berikut :

* + - 1. Sangat Tidak Setuju = 1
			2. Tidak Setuju = 1
			3. Netral = 1

1. Tes,sampel dan dokumentasi

Hasil informasi dalam bentuk ,data sempel dan berita surat kabar. Data yang berupa gambar dalam angka suatu laporan sera keterangan yang mendukung seorang penulis kemudian di telah. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam bentuk data dalam penelitian kuantitatif.

**1.8.7 Teknik Analisia Data**

# Pengelolahan dan penganalisisan data menggunakan analisis kuantitatif yang dilakukan untuk mengetahui Opini Publik terhadap penggunaan mesin CS Digital pada nasabah bank BCA cabang diponegoro Surabaya. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berdasarkan data diskriptif dari, status, keadaan, sikap, hubungan dan system pemikirian sebuah masalah yang menjadi objek penelitian. Setelah data-data didapatkan dalam penelitian ini maka hal yang akan dilakukan selanjutnya yaitu mengolah data yang sudah terkumpul dengan menganalisis data, mendeskriptifkan data, dan mengambil kesimpulan pada data tersebut. Teknik penganalisisan data ini menggunakan teknik analisis data kuantiitatif, karena data diperoleh dari kumpulan keterangan-keterangan dan data angka. Proses analisis dimulai dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber informan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dari tes.

 Analisis data pada penelitian kuanlitatif ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, pada saat sampel wawancara, peneliti sudah melakukan sebuah analisis terhadap hasil dari informan. Apabila hasil yang diwawancari setelah dianalisi terasa belum memuasklan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi hingga sampai data tidak jenuh. Aktivitas dalam data kuantitatif yakni :

1. Validitas dan Reliabilitas

Validitas dapat menyatakan sejauh mana instrumen dalam penelitian dapat mengukur apa yang ingin diukur (Kriyantono, 2016). Dalam pengecekan keabsahan data, peneliti

2. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari

hasilnya. Pendekatan ini juga dihubungkan dengan variabel penelitian yang memfokuskan pada masalah-masalah terkini dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka yang memiliki makna. Populasi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 1500 nasabah, yaitu mahasiswa,pegawai negeri,pengusaha dan pegawi swasta

Contoh angkatan 2018. Sampel yang digunakan sebanyak 34 mahasiswa dengan menggunakan teknik simple random sampling. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini menggunakan lembar observasi. Untuk validitas dan reliabilitasnya, penelilti menggunakan teknik expert judgement.

3. Penarikan Kesimpulan (Conculting Drawing)

Penarikan kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagiannya yang dituangkan kedalam kesimpulan yang egative .Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan data hasil wawancara.

**5. HASIL DAN PEMBAHASAN**

 Penelitian ini menggunakan teori D.W. Rejecki (1982), Opini publik mempunyai tiga komponen yang dikenal dengan istilah ABCs of Attitude, yakni Affect, Behavior, dan Cognition dapat menolak atau menerima stimulus tersebut, apabila stimulus diterima maka akan terjadi opini pada nasabah maka akan mendapatkan sikap dari pengunjung bank,. Menurut data yang sudah dijabarkan diatas, penulis dapat melangsungkan penarikan jawaban, menjawab dengan kata – kata dan sebagainya. Format respon ada tiga indikator .

 Berdasarkan data yang didapat melalui 5 pertanyaan dalam 1 indikator, Opini publik nasabah menunjukkan sebagian besar nasabah memberikan opini yang positif dengan hasil 10 item dari 15 pernyataan dan 11 item pemilihan netral dari 15 pernyataan yang telah disediakan. Setiap opini yang didapat mewakili 1 pernyataan, Hasilnya dapat dijabarkan sebagai berikut.

 Respon Afektif hasilnya menunjukkan respon positif hingga 3 pernyataan dan 2 Respon netral dan yang negatif tidak ada. Pada pertanyaan respon Afektif yang telah dipilih oleh peneliti, respon negatif ada tetapi tidak terlalu banyak dan berpengaruh. Respon Behavior menunjukkan bahwa respon yang didapat cenderung sama dengan hasil yang positif, Respon setuju mewakili 3 pertanyaan, Respon netral juga mewakili 2 pertanyaan, Sedangkan respon negatif hanya sedikit tapi tidak berpengaruh dengan banyaknya hasil pertanyaan yang ditanyakan lainnya. Respon kognitif hasil jawabannya dapat diketahui cenderung ke respon netral yang mencapai 3 Respon oleh responden dan 2 Respon setuju dari para nasabah bank. Karena nasabah muda mengetahui perkembangan yang sudah seharusnya ada di setiap perbankan.

 Dengan menggunakan menentukan ukuran sampel dari populasi peneliti menggunakan pendapat Slovin, yaitu : melakukan sebuah penelitian di bank BCA di ponegoro dengan populasi orang sebanyak 1.540 nasabah pertahun 2021 dengan mengambil 50 opini nasabah. Dengan Jika margin eror yang ditetapkan 8% pada opini setuju dan 7% opini netral dari nasaba

Sampel setuju

 = 1.540 / (1 + (1.540 x 8%²))

Sampel = 1.540 / (1 + (1.540 x 0,08²))

Sampel = 1.540 / (1 + (1.540 x 0,0064))

Sampel = 1.540 / (1 + 9,856)

Sampel = 1.540 / 9,857

Sampel =156.2

Sampel netral

 = 1.540 / (1 + (1.540 x 7%²))

Sampel = 1.540 / (1 + (1.540 x 0,07²))

Sampel = 1.540 / (1 + (1.540 x 0,0049))

Sampel = 1.540 / (1 + 7,546)

Sampel = 1.540 / 7,547

Sampel = 204,1

 Dari hasil dengan rumusan solvin dan skala likent menghasilkan dari hasil sampel 50 nasabah yang memilih setuju yaitu 156.2 seperti opini nasabah dari pengisian kuisioner

***“semoga CS Digital bisa tersedia di seluruh bank BCA”, “Dikembangkan lagi penggunaan cs digital”, “Sebaiknya Cs Digital ini diperluas lagi karena keberadaannya sangat membantu mungkim juga bisa diperluas sosialisasinya Agar nasabah tidak ragu untuk memanfaatkan fasilitas tersebut”.***

Dengan hasil sampel netral dari nasabah 50 yang beropini yaitu 204,1 dengan rasa netral seperti opini

**“*Perlunya panduan dalam menggunakan Cs Digital”,* “meningkatkan sosialisasi cs digital”, *lebih banyak mesin cs digital serta mensosialisasikannya” dan sebagainya.***

**KESIMPULAN & SARAN**

**Simpulan**

 Berdasarkan hasil perhitungan dari data yang diperoleh padaa penelitian Opini Publik Terhadap Penggunaan Mesin CS DIGITAL Pada Nasabah Bank BCA yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner/angket, maka peneliti menyimpulkan sebagai Opini bisa disebut dengan pendapat, ketika kita sedang melihat atau merasakan sesuatu disitulah opini terbentuk. Kita bisa beropini secara luas tapi dengan tata cara dan etika yang tep at. Opini juga bisa di artikan sebagai perasaan atau pendapat orang ketika melihat, menjumpai, merasakan sesuatu disitulah opini terbentuk.

 Berdasarkan hasil uji tes pada tabel dari hasil penelitian ini Opini memiliki 3 unsur yaitu, Effectiveness (afektifitas), behavioristic (perilaku), Kognitif (pengertian/nalar). Dapat diketahui bahwa nilai opini dari nasabah sebesar 8 dengan tingkat rasa positif dan 7 dari opini nasabah yang bersifat netral yang artinya berpengaruh secara signifikan terhadap Opini Publik terhadap penggunaan mesin Costumer Servis digital Bank BCA.

**Saran**

 Berdasarkan hasil penelitian ini, opini Publik terhadap penggunaan mesin Costumer Servis digital Bank BCA, peneliti menyimpulkan dan mengumpulkan beberapa opini dari masyarakat maupun nasabah dan juga peneliti untuk pihak – pihak yang bersangkutan dalam hal ini, yakni:

 Penelitian diharapkan diberikan oleh nasabah bank BCA khususnya di bank BCA diponegoro Surabaya sudah cukup baik dan diusahakan untuk mempertahankan kualitas pelayanan secara optimal kemudian mampu meningkatkan kualitas pelayanan bagi masyarakat penerima pelayanan. Mengevaluasi bank dalam memberikan pelayanan pada nasabah bank BCA khususnya di bank BCA diponegoro Surabaya untuk mampu menyelesaikan masalah dengan tepat waktu kemudian dalam informasi terbaru. Memberikan Opini pada nasabah bank akan hal baru yang diberikan bank BCA khususnya di bank BCA diponegoro Surabaya untuk menampung segala kritik dan saran masyarakat, karena masyarakat atau nasabah membutuhkan pelayanan yang baik dan membuat mereka puas sesuai dengan ekspektasi nasabah mengenai mesin Cs digital. Sejauh ini mesin CS digital masih terbatas, sebenarnya fungsinya sangat membantu & dalam efisien waktu ketika, CSO selalu mengantri, dengan menggunakan Mesin CS digital kita bisa dapat menggunakan sesuai dengan kebutuhan kita, ada juga nasabah belum familiar menggunakan mesin tesebut dan masih perlu diberikan pendampingan petugas yg bertugas membantu jika terjadi kendala.

# REFERENSI

**Sumber Buku**

Aang Curatman, Agus Suroso, Refius Pradipta Setyanto (2020) *Program Loyalitas Pelanggan*

Burhan Bungin. (2015), Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana Media Group

Herdiansyah, h. (2010). *Metodologi Penilitian Kuantitatif.* Jakarta: Salemba Humanika Rakyat.

Iswandi syahputra,M.Si. (2018). *Opini public (Konsep, Pembentukan, dan Pengukuran)*

Jumroni, 2006, Metode-metode Penelitian Komunikasi (Jakarta:UIN Jakarta Press)

Priyono, Priyono. (2016). BUKU METODE PENELITIAN KUANTITATIF.

Rukajat, Ajat, 2018. Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach.

 Yogyakarta: Deepublish.

Stephen Liestyo,Nasabah Dan Bank: *Optimalisasi Fasilitas Perbankan*

Sunarjo, Djoenaesih.S.1984. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D .* Bandung, Alfabeta.

**Sumber Jurnal**

Ida Royani Pasi (2017),Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah Fakultas Bisnis Syariah, Universitas Potensi Utama

 At-Tawassuth, Vol. III, No.3, 2017: 345 – 367

Jaka Atmaja (2018),Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank *BJB*

Madona, F. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri.* Palembang: UIN Raden Fatah palembang.

Stefanus Don Rade, Dhey W. Tadeus dan Frans Gana (2021) Volume 1, Nomor 8, Agustus 2021 p-ISSN 2774-7018 ; e-ISSN 2774-700X

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D .* Bandung: Alfabeta.

Syamsul Rizal1, Munawir2 (2017),*Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking* (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh,

 http://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/34

**Sumber Internet**

Sejarah Berdirinya Bank BCA dan Perkembangannya

 https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210623153759-83-658396/sejarah-berdirinya-bank-bca-dan-perkembangannya.

**Sumber Skripsi**

Ayu Azhari Meliana (2017),FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN DI BANK SAFIR KOTA BENGKULU.PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

Bastian Amanullah (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan,dan kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile E-Banking Pada Nasabah Bank BCA Semarang.FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG

Fitria Handayani (2020).Model Kompetensi Customer Service Perbankan Di Era Digital: Studi Pada Bank BCA KCU Indrapura Surabaya. UNIVERSITAS AIRLANGGA.

Isroul Khusna (2020),Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-BAnking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN MANADO

Ricky Efan Cahya Prakasa (2021),Respon Pegawai Kantor Pos Surabaya Selatan Pada Umkm Makanan Di Media Sosia. PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA