

Pengaruh *Human Capital* Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Sektor Perbankan di Indonesia

Ferdy Novri¹, Ratna Dewi Kusumawati², Tia Rahmatika³, Surya Puspita Sari⁴

^{1,2,3}Jurusan Bisnis, Program Studi Perbankan dan Keuangan Digital, Politeknik Negeri Balikpapan

⁴Jurusan Sains dan Analitika Data, Program Studi Statistika, Institut Teknologi Kalimantan

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 01, 2025

Revised April 5, 2025

Accepted April 10, 2025

Available online April 20, 2025

Keywords:

Human Capital, Loyalitas Nasabah, Sektor Perbankan, Indonesia



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *human capital* terhadap loyalitas nasabah dalam sektor perbankan di Indonesia. *Human capital*, yang mencakup keterampilan, pengetahuan, pengalaman, inovasi, dan kreativitas karyawan, dianggap sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan *human capital* dapat berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank BRI. Karyawan yang terampil dan berpengetahuan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa inovasi dan kreativitas dalam layanan perbankan berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah. Dengan demikian, pengelolaan *human capital* yang efektif sangat penting bagi bank untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang ketat. Rekomendasi dari penelitian ini adalah agar bank lebih fokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan berkelanjutan serta mendorong inovasi dalam produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of human capital on customer loyalty in the banking sector in Indonesia. Human capital, which includes employee skills, knowledge, experience, innovation and creativity, is considered an important factor that can increase customer loyalty. The research method used is qualitative with data collection techniques through in-depth interviews and literature studies. The research results show that human capital can have an impact on the quality of service provided by BRI bank employees. Skilled and knowledgeable employees are able to provide quality service, which in turn increases customer satisfaction and loyalty. This research also found that innovation and creativity in banking services contribute to increasing customer loyalty. Thus, effective Human capital management is very important for banks to maintain and increase customer loyalty amidst intense competition. The recommendation from this research is that banks focus more on developing employee skills and knowledge through continuous training and encouraging innovation in products and services to meet customer needs.

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi yang semakin kompetitif, sektor perbankan di Indonesia menghadapi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan dan meningkatkan setia pelanggan. Menurut Kotler, Keller (2016), loyalitas nasabah dapat didefinisikan sebagai komitmen jangka panjang untuk menggunakan produk atau layanan tertentu. Di sektor perbankan, loyalitas ini dapat diwujudkan melalui penggunaan produk-produk bank secara berkelanjutan, seperti tabungan, deposito, atau pinjaman. Bank yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah melalui pelayanan yang ramah dan profesional akan lebih mungkin untuk mempertahankan nasabah mereka dalam jangka panjang.

Loyalitas nasabah menjadi salah satu indikator kunci keberhasilan suatu bank, karena nasabah yang loyal tidak hanya akan terus menggunakan layanan bank tersebut, tetapi juga mungkin menyarankan orang lain untuk menggunakannya. Menurut penelitian oleh Suganda (2015), terdapat pengaruh positif antara tingkat kepuasan nasabah dan loyalitas mereka, yang berimplikasi langsung pada profitabilitas bank.

Oleh karena itu, memahami komponen-komponen yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah krusial bagi strategi bisnis perbankan. Seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Almana et al. (2018), "komitmen dan kepuasan konsumen mempengaruhi positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di industri perbankan."

Salah satu komponen penting yang dapat memengaruhi kesetiaan nasabah adalah *human capital*. *Human capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman karyawan yang berkontribusi terhadap kinerja organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor perbankan sangat dipengaruhi oleh modal manusia. Dalam konteks ini, pengelolaan *human capital* yang efektif dapat meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kualitas pelayanan yang baik adalah hasil dari kompetensi dan kemampuan anggota staf untuk menyediakan atau bahkan melebihi ekspektasi nasabah.

Memahami dan mengelola *human capital* secara efektif bukan hanya sekadar strategi bisnis, tetapi juga merupakan kunci untuk mempertahankan loyalitas nasabah dalam industri perbankan yang terus berkembang. Sektor perbankan di Indonesia juga harus memperhatikan bahwa Loyalitas pelanggan tidak hanya karena kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan terhadap barang dan jasa, tetapi juga oleh faktor eksternal yaitu keamanan dan digitalisasi layanan. Penelitian oleh Nafi'ah (2024) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dapat bertindak sebagai variabel mediasi antara keamanan serta digitalisasi bank dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, penting untuk mengeksplorasi hubungan antara *human capital* dan loyalitas nasabah dalam konteks ini.

Melalui artikel ini, tujuan penulis adalah untuk menganalisis pengaruh antara *human capital* dan loyalitas nasabah dalam sektor perbankan di Indonesia. Dengan memahami pengaruh antara *Human capital* dan loyalitas nasabah, bank di Indonesia dapat merumuskan strategi yang lebih efisien untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan mereka. Dengan memahami komponen kontributor terhadap loyalitas nasabah, bank dapat merancang program pelatihan dan pengembangan yang berpusat pada meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan. Akhirnya, penelitian ini juga akan membuka jalan bagi penelitian selanjutnya di bidang ini. Dengan menganalisis pengaruh *human capital* dan loyalitas nasabah, peneliti lain dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi atau menerapkan temuan ini dalam konteks industri lain. Penelitian lanjutan dapat memperluas pemahaman kita tentang dinamika antara sumber daya manusia dan perilaku konsumen, serta dampaknya terhadap kinerja organisasi.

2. METODE

Menurut Fatchurrohman (2021), metode penelitian kualitatif digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dan memahami konteks sosial dalam fenomena yang kompleks, seperti pengaruh *human capital* terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menekankan pada wawancara mendalam, observasi, dan analisis untuk memahami lebih jelas kualitas sumber daya manusia (SDM), keterampilan, dan interaksi karyawan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap suatu layanan atau produk. Metode penelitian kualitatif dalam konteks pengaruh *human capital* terhadap loyalitas nasabah memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam pengaruh yang diberikan kompetensi dan keterampilan sumber daya manusia dengan kepuasan serta kesetiaan nasabah. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam orang, dan tinjauan pustaka

Wawancara memberikan wawasan tentang pengalaman nasabah dan karyawan, sedangkan studi literatur memperkaya pemahaman tentang teori dan konsep yang berkaitan dengan topik penelitian. Dengan demikian, penelitian kualitatif dapat membantu mengetahui lebih jelas tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks *human capital*. Fitriana dan Rachmawati (2021) dalam artikel mereka yang dipublikasikan di Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia membahas tentang pentingnya keterampilan sumber daya manusia dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas pada bank. Mereka menyarankan wawancara dengan nasabah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman mereka berinteraksi dengan karyawan bank.

Penelitian kualitatif memerlukan pemilihan responden yang relevan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai topik yang diteliti. Dalam penelitian tentang pengaruh *human capital* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI, pemilihan responden terdiri dari nasabah bank yang memiliki pengalaman langsung dengan topik ini. Menurut penelitian Tanjung & Yuliana (2021), pemilihan nasabah yang sudah lama menggunakan layanan Bank BRI sangat penting karena mereka memiliki pengalaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kualitas pelayanan bank memengaruhi loyalitas mereka. Nasabah yang telah lama berhubungan dengan bank memiliki perspektif yang lebih jelas mengenai hubungan mereka dengan bank.

Menurut Marimin, dkk. (2020), karyawan yang berinteraksi langsung dengan nasabah juga harus menjadi bagian dari responden karena keterampilan dan pengetahuan mereka (*Human capital*) memainkan peran kunci dalam membangun hubungan yang mengarah pada loyalitas nasabah. Mereka dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan memengaruhi persepsi nasabah.

Kriteria Narasumber:

a. Nasabah Bank BRI:

Kriteria Pemilihan: Nasabah yang memiliki pengalaman jangka panjang dengan produk dan layanan Bank BRI, seperti yang digunakan dalam penelitian oleh Tanjung & Yuliana (2021). Hal ini penting untuk memahami bagaimana loyalitas nasabah terbentuk dari pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan bank.

b. Karyawan Bank BRI:

Kriteria Pemilihan: Karyawan yang bekerja langsung dengan nasabah, terutama yang terlibat dalam layanan pelanggan atau yang memiliki pengalaman dalam melayani nasabah dengan berbagai produk bank. Menurut Prasetyo & Kurniawan (2022), wawancara dengan karyawan yang terlatih dapat memberikan wawasan tentang pengaruh kompetensi mereka dalam membangun loyalitas nasabah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara. Hasil wawancara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Hasil Penelitian Melalui Wawancara

NO	INDIKATOR	HASIL WAWANCARA
1		VARIABEL X (HUMAN CAPITAL)
	Keterampilan/skill	Menurut Kurniawan (2024), kemampuan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kinerja mereka, yang pada gilirannya mempengaruhi kepuasan nasabah di BRI. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara terhadap salah satu teller Bank BRI: <i>"Untuk keterampilan yang penting dalam kerjaan di bank ini yaitu keterampilan dalam komunikasi, keterampilan pemecahan masalah, keterampilan dalam layanan nasabah, ketelitian dan ke akuratan serta kemampuan beradaptasi."</i> Bank Rakyat Indonesia (BRI) menerapkan program pelatihan keterampilan yang intensif untuk karyawannya yang memiliki tujuan untuk meningkatkan <i>skill</i> pegawai dalam melaksanakan tugas sehari-hari, yang berakhir pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. <i>"Pelatihan ini juga memperkuat kemampuan saya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dan berkontribusi pada efisiensi operasional serta meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi yang ada."</i>
	Inovasi	Mayo (2019) menyatakan bahwa inovasi merupakan pendorong utama kinerja organisasi karena dapat menghasilkan solusi yang lebih baik dan efisien. <i>"Setiap pagi kami akan melakukan briefing ya, tentang target apa saja sih yang sudah dicapai dan belum dicapai, nah jadi kita mengeluarkan ide ide kita agar kita bisa menutupi yang belum tercapai ini, nah dengan ini bank dapat menciptakan solusi yang relevan, meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan."</i> Inovasi merupakan faktor kunci bagi BRI untuk tetap kompetitif di pasar perbankan yang semakin ketat. Bank BRI telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi layanan dan merekomendasikan produk baru yang akan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. <i>"Inovasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di dunia perbankan yang terus berubah. Inovasi memiliki peran dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan harus"</i>

	<p><i>memastikan bahwa mereka tetap relevan ditengah puncak tantangan pasar yang selalu berubah ini."</i></p>
Kreativitas	<p>Kreativitas karyawan BRI berperan penting dalam menciptakan strategi pemasaran yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Hal ini relevan dengan hasil wawancara:</p> <p><i>"Adanya kebijakan untuk terbuka menyampaikan inovasi yang mendorong karyawan untuk berbagi ide kreatif yang bisa berkontribusi terhadap inovasi produk atau layanan."</i></p> <p>BRI sering melibatkan karyawan dalam merancang kampanye pemasaran yang sesuai dengan karakteristik lokal masyarakat. Hal ini membantu BRI untuk lebih dekat dengan nasabah dan memahami kebutuhan mereka secara lebih baik.</p> <p><i>"Kita dapat mengusulkan produk pinjaman atau tabungan yang lebih sesuai dengan kebutuhan segmen pasar yang belum terjangkau, seperti produk perbankan untuk pelanggan dengan pendapatan yang rendah atau produk tabungan yang lebih fleksibel."</i></p>
Pengalaman	<p>Penelitian oleh Sakdiyah (2023) menunjukkan bahwa pengalaman karyawan berhubungan langsung dengan peningkatan kualitas layanan, yang sangat penting dalam membangun loyalitas nasabah.</p> <p><i>"Karyawan yang berpengalaman berperan sebagai penghubung antara teori dan praktik, memberi prekspektif berbasis data dan loyalitas oprasional yang sangat dibutuhkan dalam menentukan arah strategis dari organisasi."</i></p> <p>Karyawan dengan pengalaman lebih lama biasanya lebih familiar dengan produk dan prosedur bank, sehingga mampu menangani keluhan atau pertanyaan nasabah dengan lebih efektif.</p> <p><i>"Pengalaman kerja sebelumnya sangat mempengaruhi cara saya menjalankan tugas di bank ini, baik dalam segi keterampilan teknis, penyelesaian terhadap masalah maupun cara berkolaborasi dengan tim. Setiap pengalaman sebelumnya memberi saya wawasan keterampilan yang lebih mendalam yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja saya di bank ini."</i></p>
Pengetahuan	<p>Menurut Dewi (2023), peningkatan yang dilakukan pada pengetahuan karyawan dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yang akhirnya akan berdampak positif pada loyalitas mereka terhadap BRI.</p> <p><i>"Pengetahuan yang dimiliki karyawan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja tim dan organisasi secara keseluruhan. Pengetahuan yang tepat dan relevan dapat meningkatkan efesiensi, kualitas layanan, pengambilan keputusan dan inovasi. Inovasi juga memperkuat kolaborasi tim dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah."</i></p> <p>Pengetahuan merupakan elemen kunci dari <i>Human capital</i> di BRI, di mana karyawan dilatih secara rutin untuk memperbarui pengetahuan mereka tentang produk dan regulasi perbankan terbaru.</p> <p><i>"Untuk tetap update, teller perlu aktif mengikuti pelatihan internal dan external serta memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, baik didalam organisasi maupun diluar. Dengan terus memperbarui pengetahuan ini, teller dapat menjalankan tugasnya dengan lebih efisien dan memberikan layanan yang baik kepada nasabah ."</i></p>
2	<p>VARIABEL Y (LOYALITAS NASABAH)</p> <p>Nasabah yang merasa mendapatkan manfaat dari produk dan layanan bank cenderung menceritakan pengalaman positif mereka kepada teman, keluarga, atau rekan bisnis mereka. Berdasarkan hasil wawancara, nasabah berbagi informasi kepada teman/kerabat mereka karena mendapatkan pengalaman positif pada layanan yang diberikan oleh bank BRI.</p> <p><i>"Tentunya saya sering berbagi informasi , terutama bagi para teman atau kerabat terdekat saya yang belum memiliki rekening." (NASABAH 1)</i></p>

Memberikan informasi kepada nasabah lain	<p><i>"Ketika saya berbagi informasi tentang kemudahan akses yang dapat dinikmati oleh nasabah, kemudahan layanan serta pengalaman positif yang saya alami, dengan berbagai informasi ini saya merasa dapat membantu orang lain untuk membuat keputusan dalam memilih layanan perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka." (NASABAH 2)</i></p> <p><i>"Iya saya sering merekomendasikan untuk menggunakan Bank BRI ini kepada keluarga dan teman dekat saya." (NASABAH 3)</i></p>
Menambah transaksi kembali	<p>Ini adalah salah satu langkah penting yang bisa diambil oleh nasabah dalam dunia perbankan. Melakukan transaksi ulang atau secara berkelanjutan, baik secara offline maupun online melalui aplikasi mobile banking, merupakan salah satu wujud loyalitas nasabah terhadap bank. Menurut informasi dari narasumber, nasabah melakukan transaksi kembali atau bertransaksi secara rutin, baik setiap hari maupun setiap bulan.</p> <p><i>"Untuk sebulan terakhir ini kurang lebih ada empat puluh transaksi yang saya lakukan melalui Brimo." (NASABAH 1)</i></p> <p><i>"Untuk transaksi nya si 1 sampai 2 kali di bank nya, tapi untuk produk yang sering saya gunakan itu yaitu BRIMO aplikasi yang sangat praktis karna bisa digunakan kapan saja dan dimana saja." (NASABAH 2)</i></p> <p><i>"Iya saya sendiri untuk mengambil uang gaji bulan ini memakai bank BRI dan saya sering menggunakannya di mana saja dan ya terhitung uda ada 4x dalam sebulan ini lah." (NASABAH 3)</i></p>
Melakukan tindakan persuasif	<p>Ini adalah salah satu hal yang tidak mudah dilakukan oleh nasabah karena minat setiap individu bervariasi. melakukan tindakan persuasif, yang dalam hal ini merekomendasikan perusahaan ke orang lain tanpa loyalitas yang diharapkan dari bank BRI ini adalah salah satu bentuk loyalitas nasabah terhadap bank BRI.</p> <p><i>"Untuk me-rekomendasikan ke orang lain sangat sering ya..." (NASABAH 1)</i></p> <p><i>"Yang mendorong saya untuk merekomendasikan Bank BRI kepada orang lain adalah kernal layanannya begitu memuaskan bagi para konsumennya." (NASABAH 2)</i></p> <p><i>"Iya saya sendiri sudah menggunakan Bank BRI cukup agak lama rentang 3 tahun, dan saya rekomendasikan BRIMO untuk aplikasi mobile bankingnya karena itu sangat membantu untuk keperluan kemana mana dan dibutuhkan di mana saja sih." (NASABAH 3)</i></p>
Memiliki kekebalan terhadap penawaran produk bank lain	<p>Daya tarik suatu produk adalah elemen yang memengaruhi nasabah bank dalam memilih produk yang tepat, serta menjadi alasan untuk bergabung dengan bank BRI karena produk tersebut menarik perhatian yang lebih dibandingkan dengan pesaing. Berdasarkan hasil wawancara dengan para nasabah, untuk tetap konsisten dan tidak terpengaruh terhadap penawaran produk dari bank lain ialah didasari karena adanya rasa percaya terhadap reputasi bank, kemudahan layanan dan kemampuan karyawan dalam memberikan kualitas pelayanan yang membuat nasabah merasa nyaman dan dihargai.</p> <p><i>"Faktor nya ada kepercayaan terhadap reputasi bank ini, kemudahan akses layanan di seluruh Indonesia, keamanan transaksi serta produk dalam layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya. Selain itu juga komitmen bank ini terhadap inklusif keuangan dan pengalaman positif dalam berinteraksi dengan karyawan semakin memperkuat alasan saya untuk memilih loyal pada bank ini. Keputusan saya untuk tetap menggunakan bank bri bukan hanya karna penawaran produk yang menarik tapi juga merasa aman, nyaman dan dihargai." (NASABAH 1)</i></p> <p><i>"Ada beberapa alasan yang membuat saya tetap loyal terhadap Bank BRI. Salah satunya adalah jaringan layanan yang sangat luas, bahkan di daerah terpencil. Selain itu, saya merasa nyaman dengan layanan digitalnya yang terus berkembang, seperti BRImo, yang memudahkan transaksi sehari-hari. Kepercayaan yang sudah terbangun selama bertahun-tahun juga menjadi faktor penting. Bank BRI sudah terbukti aman dan terpercaya. Selain itu,</i></p>

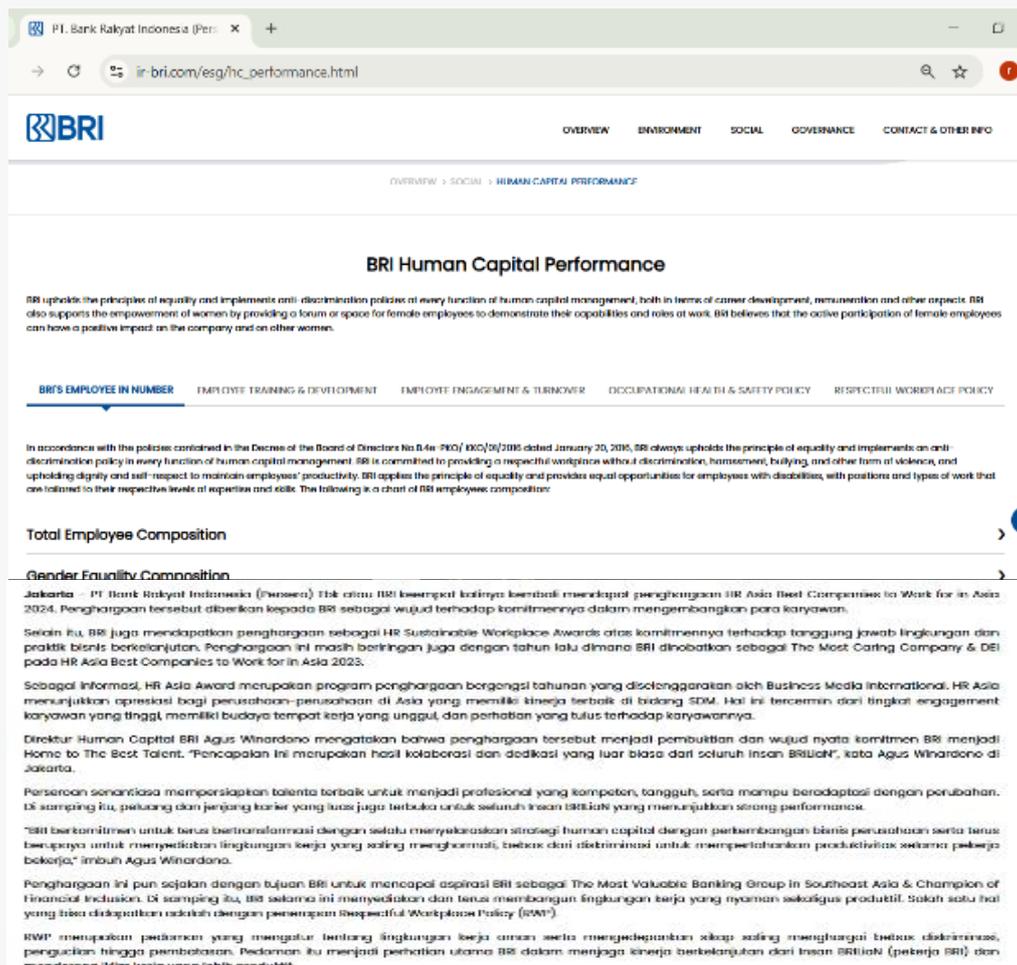
kualitas layanan yang ramah dan responsif membuat saya merasa dihargai sebagai nasabah. Saya juga puas dengan berbagai produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya, baik untuk tabungan, kredit, maupun investasi.” (NASABAH 2)
“Pekerjaan saya ada kerja sama dengan Bank BRI dan itu sudah sangat lama yang membuat saya loyal karena selalu mendapat gratis transfer ke bank mana saja.” (NASABAH 3)

Pembahasan

a. Human capital

Human capital merujuk pada keterampilan, pengetahuan, pengalaman, inovasi dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan BRI. Bank ini menganggap karyawan sebagai aset berharga yang perlu dikembangkan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Dalam konteks perbankan, *human capital* sangat penting karena karyawan adalah aset utama yang dapat mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Menurut Rizki et al. (2021), pengembangan *human capital* melalui pelatihan dan pendidikan yang tepat dapat meningkatkan kinerja karyawan, yang berujung pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Hal ini diutarakan pula oleh Carang Thombara Putra, kepala divisi strategi dan kebijakan *human capital* BRI, pengelolaan *Human capital* yang efektif adalah kunci untuk menjadikan BRI sebagai bank terbaik di Asia Tenggara.

Observasi mengenai human kapital juga dilakukan melalui website BRI. Tampilan website BRI dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Observasi Website BRI

Human capital di BRI berfungsi sebagai aset strategis yang sangat penting dalam memajukan perusahaan. Karyawan yang terlatih dan kompeten tidak hanya mampu memberikan layanan

berkualitas tinggi, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan hubungan positif dengan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *Human capital* yang baik dapat meningkatkan kinerja karyawan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap kepuasan nasabah (Asan et al., 2022).

b. **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah dapat dipahami sebagai kesetiaan nasabah terhadap layanan dan produk suatu bank. Menurut Kotler (2002), Loyalitas pelanggan merupakan indikator sejauh mana pelanggan terikat pada suatu produk, yang terlihat dari keinginan mereka untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Ini sejalan dengan pandangan Tjiptono (2000) yang menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek yang didasarkan pada sikap positif yang terlihat dari pembelian yang berulang.

Loyalitas nasabah pada bank BRI tidak muncul secara instan, ia berkembang melalui pengalaman positif yang diperoleh nasabah selama berinteraksi dengan bank, kenyamanan dalam bertransaksi dan juga adanya kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah bank BRI.

Kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan BRI sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berhubungan erat dengan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan layanan yang mereka terima cenderung untuk tetap setia. (Anderson et al., 2020). Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik berhubungan erat dengan kepuasan nasabah, yang merupakan prasyarat untuk menciptakan loyalitas jangka panjang (Tjiptono, 2017).

c. **Pengaruh *Human Capital* Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI**

Loyalitas nasabah adalah salah satu indikator utama dalam mengevaluasi kinerja bank, termasuk Bank Rakyat Indonesia (BRI). Penelitian menunjukkan, bahwa modal manusia dapat berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank BRI, yang dimana hal itu dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Karyawan yang terlatih dan memiliki kompetensi tinggi cenderung menawarkan layanan yang lebih baik, yang selanjutnya meningkatkan kepuasan nasabah dan kesetiaan mereka (Smith, 2021).

BRI telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan *human capital*, termasuk program pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkelanjutan. Dengan memberikan akses kepada karyawan untuk belajar dan berkembang, BRI tidak hanya meningkatkan kemampuan individu tetapi juga memperkuat tim secara keseluruhan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah.

Human capital di BRI berfungsi sebagai elemen vital dalam mencapai visi perusahaan serta meningkatkan daya saing di pasar perbankan. Melalui strategi pengelolaan sumber daya manusia yang terencana, pelatihan berkelanjutan, dan pemanfaatan teknologi, BRI berkomitmen untuk mengembangkan potensi karyawan demi memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Investasi dalam *Human capital* berdampak langsung pada loyalitas nasabah. Karyawan yang terlatih dengan baik dan memiliki pemahaman mendalam tentang produk bank dapat memberikan layanan yang lebih unggul, meningkatkan kepuasan nasabah, dan pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap BRI (Johnson & Lee, 2022).

BRI juga memahami bahwa peningkatan loyalitas nasabah tidak hanya bergantung pada kualitas layanan tetapi juga pada hubungan emosional yang dibangun antara bank dan nasabah. Dengan memfokuskan perhatian pada pengembangan *Human capital*, BRI dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif bagi karyawan, sehingga mereka lebih termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik. Karyawan yang merasa dihargai dan diberdayakan akan lebih cenderung untuk berinteraksi secara positif dengan nasabah, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Penelitian Dimiyati (2016) menunjukkan kepuasan konsumen dapat memediasi dengan signifikan hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, dari hasil ini konsumen beranggapan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat, yang pada gilirannya akan membangun loyalitas.

4. KESIMPULAN

- a. Pengaruh Positif *Human capital*: *human capital* yang dalam hal ini yaitu kemampuan/skill, inovasi, kreativitas, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki dapat berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank BRI, yang dimana hal itu dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.
- b. Strategi Peningkatan *Human capital*: BRI telah mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan *Human capital*, termasuk program pelatihan dan pengembangan berkelanjutan. Ini tidak hanya memperbaiki keterampilan individu tetapi juga memperkuat tim secara keseluruhan.
- c. Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah: Kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan BRI berhubungan erat dengan kepuasan nasabah. Nasabah yang puas cenderung lebih loyal dan merekomendasikan bank kepada orang lain, menunjukkan bahwa kepuasan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.
- d. Hubungan Emosional: Peningkatan loyalitas nasabah juga dipengaruhi oleh hubungan emosional antara bank dan nasabah. Lingkungan kerja yang positif bagi karyawan mendorong mereka untuk memberikan pelayanan terbaik, yang pada gilirannya menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

5. REFERENCES

- Amalia, R. A., Echdar, S., & Kitta, S. (2022). Pengaruh Human Capital, Social Capital Dan Organizational Capital Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Bri Cabang Bulukumba. *Jurnal Magister Manajemen Nobel Indonesia*, 3(4), 564–574. Retrieved from <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/JMMNI/article/view/1944>
- Cakranegara, et al. (2022). Judul artikel lengkap. *Journal of Management Science and Engineering Journal (MSEJ)*, Volume, halaman. Diakses dari <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/1081/727>.
- Ferrinadewi, E., & Djati, S. P. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), pp. 15–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.6.1.pp.15-26>
- Fitriani. (2024). Analisis Pengguna Layanan BNI Mobile Banking Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 134–143. <https://ejournal.stieportnumbay.ac.id/index.php/jeb/article/view/313>
- Imelda, S. (2017). Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Unit Veteran Banjarmasin. *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik Dan Niaga*, 17(2), 105–111. <https://doi.org/10.31961/intekna.v17i2.469>
- Kafidin Muzakki. (2020). Analisis Pengaruh *Human capital* dan *Structural Capital* terhadap Kinerja Perusahaan. *Journal of Research and Technology*, 6(2), 267–276. <https://doi.org/10.55732/jrt.v6i2.369>
- Marbun, G., & Saragih, A. E. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 4(1), 39–60. <https://doi.org/10.54367/jrak.v4i1.452>
- Ningsih, N. S. I. ., & Khoiruddin, A. Y. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 197–208 <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/9884>
- Ongkorahardjo, M. D. P. A., Susanto, A., & Rachmawati, D. (2009). Analisis Pengaruh Human capital Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), PP. 11–21. <https://doi.org/10.9744/jak.10.1.PP.11-21>
- Pranoto, D. ., & Mawardi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero Tbk.Cabang Tenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 17–35. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.952>
- Putra, I. D. G. A. S., & Tjahjaningsih, E. (2024). Pengaruh citra perusahaan dan persepsi harga terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepercayaan nasabah (Studi pada nasabah BNI Life Regional Office Semarang). *COSTING*, 8(1), 1–15. <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal/article/view/264/124>
- Sri Dewi Astuti, Efriyani Sumastuti, & Ratih Hesty Utami Puspitasari. (2023). Analisis Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo (Studi Kasus Nasabah Bri Di Semarang Timur). *Jurnal Kompetitif*, 12(2), 165–179. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.152>

- Suharno, S., & Sari, D. (2022). Analisis pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas pada UMKM. *COSTING: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 123-135. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/11820/7227>
- Sukmawati, D., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Human capital terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 123-135. <https://jurnal.itsm.ac.id/index.php/prodimanajemen/article/view/995/858>
- Suwardhana Putra, I. D. G. A., & Tjahjaningsih, E. (2024). *The Influence Of Company Image And Price Perception On Customer Loyalty With Mediation Of Customer Trust (Study On BNI Life Regional Office Semarang Customers)*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1111-1125. e-ISSN: 2597-5234
- Wicaksana, G. A., Idris, A., Afrianto, D., & Firdaus, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bri (Persero) Tbk. *Commodities, Journal of Economic and Business*, 4(3), 144-153. <https://doi.org/10.59689/commo.v4i3.974>
- Yulianto, A., & Rachman, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Era Digital. *Yume: Journal of Business and Management*, 7(1), 1-15. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/7191/4812>