

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis di perbankan semakin kompetitif dan ketat. Strategi yang digunakan dalam mengatasi persaingan antar industri perbankan antara lain meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berkembang dalam masyarakat.

Kemajuan teknologi, perkembangan perekonomian dan kemajuan teknologi yang terdapat di era digitalisasi sudah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Pada saat ini, masyarakat semakin disibukkan dengan urusan-urusan di luar rumah dan semakin menuntut akan kemudahan-kemudahan dalam berbagai hal. Maka pihak perbankan memberikan penyediaan layanan / jasa yang akan diberikan kepada para nasabah, khususnya dalam bidang teknologi finansial yang berbasis internet. Transaksi-transaksi konvensional hampir seluruhnya dapat dilakukan melalui internet banking. Transaksi dapat dilakukan oleh nasabah dari sembarang tempat dan waktu. Layanan internet banking memungkinkan nasabah melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui internet, khususnya melalui situs web. Lewat sarana ini, nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, mutasi rekening, transfer dana, pembelian voucher telepon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telepon, dan air.

PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) merupakan salah satu bank terkemuka di Indonesia yang fokus pada bisnis perbankan transaksi serta menyediakan

fasilitas kredit dan solusi keuangan bagi segmen korporasi, komersial & UKM dan konsumen. Pada akhir Desember 2018, BCA melayani 19 juta rekening nasabah dan memproses jutaan transaksi setiap harinya didukung oleh 1.249 kantor cabang, 17.778 ATM, serta layanan internet dan mobile banking yang dapat diakses 24 jam.

Di zaman yang serba sibuk ini, kemudahan dan kepraktisan adalah segalanya. Karena itu, klikBCA (internet banking) sebagai produk perbankan elektronik hadir untuk menawarkan kemudahan transaksi perbankan. Akses layanan perbankan dalam jangkauan satu klik saja melalui internet di komputer atau smartphone nasabah. Tak perlu khawatir atas keamanannya karena transaksi melalui KlikBCA terlindungi dengan berbagai cara. Temukan kenyamanan dan keamanan dalam setiap transaksi Anda dengan KlikBCA, di mana saja, dan kapan saja.

Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru dimana transaksi bisnis/*e-commerce* makin banyak dilakukan secara elektronik memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transaksi jual beli secara online.

Tabel 1.1
Teknis Pembayaran Transaksi Online

Keterangan	Via ATM	COD	Internet Banking	Kartu Kredit	SMS Banking	E-Money
Persentase	36,7 %	14,2 %	7,5 %	2,5 %	1,6 %	0,7 %
Jumlah	48,7 Juta	18,8 juta	9,9 juta	3,3 juta	2,1 juta	0,9 juta

Sumber: Sharing Vision™ 2016

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa teknis pembayaran transaksi online sebanyak 36,7% responden memilih untuk melakukannya via ATM, 14,2% memilih untuk bayar di tempat atau COD. Kemudian, sebanyak 7,5% memilih *internet banking*, 2,5% dengan kartu kredit, 1,6% memilih sms banking, dan posisi terakhir ditempati oleh uang elektronik atau *e-money* sebanyak 0,7%.

Hal diatas berbanding terbalik dengan informasi yang di dapat dari (*kompas.com*), "PT Bank Central Asia, Tbk (BCA) yang mengklaim, sebagai bank unggul di bidang perbankan transaksi misalnya, mengakui teknologi transaksi perbankan terkini telah menggeser peranan cabang bank. Perseroan mencatat sepanjang semester pertama 2016 nilai transaksi di cabang menurun dari Rp. 7.337 triliun pada semester pertama 2015 menjadi Rp. 7.212 triliun pada semester pertama 2016. Sementara di sisi jumlah juga menurun dari 87,7 juta transaksi pada semester pertama 2015 menjadi 86,9 juta pada semester kedua 2016. Peningkatan transaksi tertinggi terjadi pada mobile banking dengan peningkatan nilai transaksi 27,17% dari Rp. 265,4 triliun menjadi Rp. 337,6 triliun. Sedangkan jumlah transaksinya naik dari 274,8 juta menjadi 363,9 juta transaksi. Selanjutnya, transaksi melalui ATM sepanjang semester pertama 2016 tercatat mencapai nilai Rp. 996,7 triliun naik dari Rp. 899,4 triliun pada periode

yang sama tahun lalu. Jumlah transaksi naik dari 873,1 juta menjadi 917,4 juta per semester pertama tahun ini. Senada, transaksi melalui internet banking naik dari Rp. 2.848 triliun pada semester pertama 2015 menjadi Rp. 3.312 triliun pada semester pertama tahun ini. Angka itu naik sekira 16% secara year on year. Dari sisi jumlah transaksi, internet banking tercatat mengalami kenaikan 19% dari 668,9 juta transaksi menjadi 797,3 juta transaksi.

“10 tahun lalu transaksi harian 5-6 juta, 5 tahun lalu 7-10 juta, sekarang 15-16 juta lebaran bahkan 19 juta sehari. Kenaikan terjadi di *e-banking*. Transaksi di *teller flat* tidak sampai 1 juta, 700 ribu. ATM tumbuh 10%-12% tapi tidak sekencang pertumbuhan internet banking. Ke depan kami prediksi transaksi akan lebih banyak melalui *mobile* dan *internet banking*,” tambahnya. (Direktur BCA, Suwignyo Budiman dalam konferensi pers di Jakarta, Rabu 20 Juli 2016.)

Jahja Setiaatmadja, Presiden Direktur BCA mengatakan, teknologi sangat membantu aktivitas bank. Perseroan juga terus menunggu teknologi-teknologi terbaru yang dapat makin meringankan kerja bank dan meningkatkan efisiensi. (*kompas.com*)

Teknologi transaksi perbankan terkini yang makin memudahkan dan efisien baik bagi bank maupun nasabah makin diminati. Terbukti dengan makin meningkatnya transaksi melalui teknologi-teknologi transaksi terkini seperti internet banking, mobile banking, dan ATM. Sementara, transaksi dengan gaya lama melalui cabang bank makin ditinggalkan. transaksi di BCA makin meningkat. Namun peranan cabang bank makin kecil dalam menyumbang transaksi.

Memahami gap layanan dan potensi pemanfaatan teknologi informasi yang demikian besar, perbankan pun mengembangkan layanan yang berbasis internet. Internet banking yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan layanan, menyasati tantangan geografis. Inovasi tersebut juga berhasil menciptakan efisiensi serta membuka opsi terhadap lebih banyak pilihan produk dan layanan perbankan, seiring dengan

Munculnya digital banking merupakan fenomena yang tak terhindarkan dan pertumbuhannya tak terbendung. Sementara, prinsip bisnis 3S : *secure* (aman), *swift* (cepat) dan *simple* (sederhana) menjadi ciri keunggulan perbankan yang perlu dipertahankan. didukung para profesional dengan pengetahuan mendalam terkait industri perbankan dan menguasai customer database yang luas.

Berdasarkan fenomena diatas, bahwa persaingan industri perbankan saat ini adalah dengan berkembang pesatnya teknologi finansial yang memberikan kemudahan dan efisiensi kepada masyarakat penggunaanya. Oleh sebab itu Bank BCA harus terus berinovasi untuk mengembangkan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan kualitas yang terbaik agar dapat memberikan kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang memberikan kecepatan, ketepatan, kemudahan, efisiensi waktu, dan terpercaya juga memberikan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah berdampak terhadap kepuasan nasabah atas layanan yang dialaminya.

Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor fasilitas kemudahan bertransaksi. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar bank cukup tinggi. Ketika layanan, tingkat

keamanan, dan kedekatan lokasi (kantor cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyak fasilitas yang memberikan kemudahan bertransaksi.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pengaruh dimensi kualitas layanan *internet banking* (klikbca) terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan variabel kepuasan konsumen klikbca sebagai *variable dependen*. Sedangkan untuk variabel independennya, penelitian ini menggunakan variabel kualitas layanan *internet banking* klikbca (*Efficiency, Fulfillment, Reliability, Privacy*). Alasan memilih bank BCA adalah karena bank BCA merupakan *market leader internet banking* pada sektor perbankan di Indonesia. Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua dilakukanlah penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah** (Studi Kasus Pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan *internet banking* (efisiensi, kehandalan, pemenuhan, dan privasi) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta ?
2. Apakah kualitas layanan *internet banking* efisiensi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta ?

3. Apakah kualitas layanan *internet banking* kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta?
4. Apakah kualitas layanan *internet banking* pemenuhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta?
5. Apakah Kualitas Layanan Internet Banking Privasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* (efisiensi, kehandalan, pemenuhan, dan privasi) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* efisiensi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* kehandalan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* pemenuhan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta.

- e. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* privasi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia KCP Santa Jakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kualitas layanan *internet banking* (KlikBCA) terhadap kepuasan nasabah. Dalam bidang perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah *khasanah* teori mengenai dimensi kualitas jasa online (*e-service quality*), dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan mutu produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan konsumen pengguna *internet banking*.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, khususnya Bank BCA untuk dapat merumuskan strategi mereka guna mempertahankan keunggulan kompetitif KlikBCA dan mengembangkan inovasi baru dari sistem KlikBCA di masa yang akan datang, yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah Bank BCA dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas KlikBCA.