

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian suatu negara khususnya di Indonesia membawa pengaruh besar bagi manusia. Sebagai pelaku perekonomian, manusia mencari sesuatu yang berguna bagi kelangsungan hidupnya. Perkembangan dunia usaha, khususnya industri perbankan berkembang sangat pesat. Hal ini menyebabkan adanya persaingan dalam dunia perbankan, sehingga mendorong para pemegang usaha mengembangkan ide dan strategi kreatif dalam menciptakan inovasi baru demi pencapaian kepuasan nasabah.

Para nasabah sangat selektif dan kritis dalam menentukan pilihan produk maupun jasa. Maka bank harus melihat apa yang diinginkan oleh pelanggan. Bank yang menyediakan jasa harus memberikan perhatian pada kualitas yang unggul, mengingat kepuasan dapat dicapai jika pelanggan merasa puas dengan produk maupun jasa yang digunakan. Pemberian pelayanan terbaik dapat diberikan jika bank menjaga dan meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikannya agar nasabah tidak berpindah ke bank lain.

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, pihak bank sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Tjiptono dan Chandra (2011:198) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat di ukur dengan 5 (lima) dimensi yang terdiri dari reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Seiring dengan berkembangnya waktu, pelayanan tidak cukup hanya dengan pelayanan fisik yang dilakukan oleh pegawai bank saat bertatap muka secara langsung dengan nasabah di bank, tetapi juga pelayanan secara tidak langsung, disebabkan adanya perkembangan sistem teknologi informasi yang pesat. Perkembangan teknologi informasi ini telah mengubah strategi bisnis dunia usaha perbankan dengan menempatkan teknologi informasi sebagai unsur utama dalam proses produksi atau pemberian jasa. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi informasi dibidang perbankan adalah munculnya *internet banking*.

Pelaku ekonomi khususnya di kota-kota besar tidak lagi menggunakan uang tunai sebagai transaksi pembayaran, tetapi telah memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efisien dan efektif melalui *internet banking*. Penggunaan *internet banking* memberikan layanan kepada nasabah untuk melaksanakan kegiatan perbankan secara elektronik seperti melakukan cek saldo, transfer dan transaksi pembayaran yang dapat dilakukan oleh nasabah kapan saja, dimana saja selama 24 jam dengan menggunakan *laptop* atau perangkat *mobile* seperti telepon seluler selama terhubung dengan jaringan *internet* atau SMS serta dilengkapi dengan sistem keamanan.

Aplikasi dari teknologi informasi dalam *internet banking* memberikan manfaat bagi industri perbankan antara lain menghasilkan pendapatan dari *fee-based income*, mengurangi biaya transaksi, pengembangan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan nasabah (OJK, 2015).



Internet banking sebagai salah satu bentuk baru pengembangan *delivery chanel*, yaitu sebuah pelayanan bank yang telah mengubah strategi bisnis perbankan yang semula lebih banyak mengandalkan pada sumber daya manusia namun sekarang lebih mengandalkan teknologi informasi. Saat ini, perbankan sedang memperkenalkan *internet banking* sebagai suatu jaminan kepada nasabah, sehingga perbankan bisa lebih memelihara suatu mutu yang kompetitif dalam pelayanan di masa yang akan datang. Selain itu, dengan adanya sistem teknologi yang memadai, bank mampu bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang cukup sengit dan menggelobal.

Awamleh dan Fernandes (2005) mengemukakan adanya 3 (tiga) dimensi yang menyebabkan nasabah menggunakan *internet banking*. Pertama kebebasan, nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank. Kedua, kesenangan, kenyamanan pada sisi lain dapat menggambarkan kesenangan seseorang untuk menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam *non-stop*. Ketiga, keamanan, dimensi ini mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini.

Bank BRI Kantor Cabang Atambua merupakan salah satu bank yang sudah menerapkan layanan *e-banking* sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabahnya untuk melakukan interaksi dan transaksi pihak bank. Salah satu layanan *e-banking* itu adalah *internet banking* BRI. Adanya *internet banking* BRI maka nasabah Bank BRI Kantor Cabang Atambua tidak perlu datang ke bank atau mesin ATM untuk melakukan transaksi. Transaksi transfer, mengecek saldo, pembayaran telepon atau listrik maupun produk lainnya yang ditawarkan bank dapat dilakukan dengan menggunakan *internet banking*. Nasabah hanya perlu mengeluarkan biaya yang ringan untuk menggunakan *internet*. Pihak bank juga tidak membebankan biaya pada nasabah untuk *login* ke situs yang digunakan untuk bertransaksi. Bagi pihak

bank adanya *internet banking* dapat digunakan untuk meminimalkan biaya operasional karena pihak bank tidak perlu membuka cabang baru maupun menambah jumlah mesin ATM. Dengan demikian *internet banking* yang merupakan salah satu dari layanan *e-banking* yang dimiliki Bank BRI kantor cabang Atambua akan memberikan manfaat bagi bank dan nasabahnya serta bank dapat memberikan kemudahan bertransaksi dimana dapat menumbuhkan kepuasan dalam diri nasabah tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan penggunaan *internet banking*. Oleh sebab itu, judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua”.

1.2 Rumusan Masalah

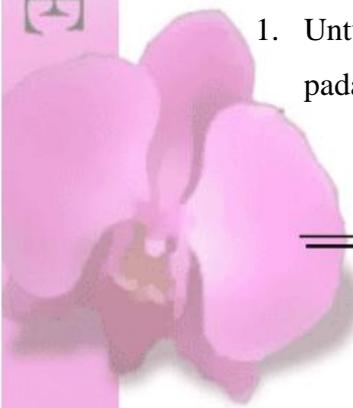
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua?
2. Apakah *internet banking* mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *internet banking* bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua.



2. Untuk mengetahui *internet banking* mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan *internet banking* bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Atambua.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana belajar untuk menambah ilmu pengetahuan, pengalaman dan pemahaman tentang dunia perbankan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan *internet banking*.

2. Bagi Dunia Akademis

Sebagai bahan referensi dalam karya tulis ilmiah tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah yang akan datang.

3. Bagi Bank BRI Kantor Cabang Atambua

Sebagai bahan masukan pemikiran dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan *internet banking* dimasa yang akan datang.

