

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangat tajam yang ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali untuk kegiatan perekonomian yang bersifat produktif. Industri perbankan nasional, memiliki masa depan yang cerah hal itu didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan ditunjang oleh jumlah penduduk Indonesia yang besar. Jika kedua potensi tersebut dikembangkan secara maksimal maka perbankan nasional dapat berperan lebih besar dan dibutuhkan oleh masyarakat sendiri (Kasmir, 2010). Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat, dan sampai saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan keberhasilan dari suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Yoestini, 2012).

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan, selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2003), diantaranya:

- Sistem keluhan dan saran
- *Ghost shopping*
- *Lost customer analysis*
- Survei kepuasan pelanggan

Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah, kompetisi yang sering terjadi dalam dunia perbankan adalah pemberian hadiah atau bonus yang menarik dan juga jasa pelayanan dari sumberdaya manusia sehingga teknologi yang digunakan khususnya teknologi informasi pada aspek-aspek pelayanan. Namun faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah adalah dari kualitas pelayanan sehingga apabila bank tidak memperhatikan aspek-aspek pelayanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya nasabah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan pihak bank yang bersangkutan.

Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini

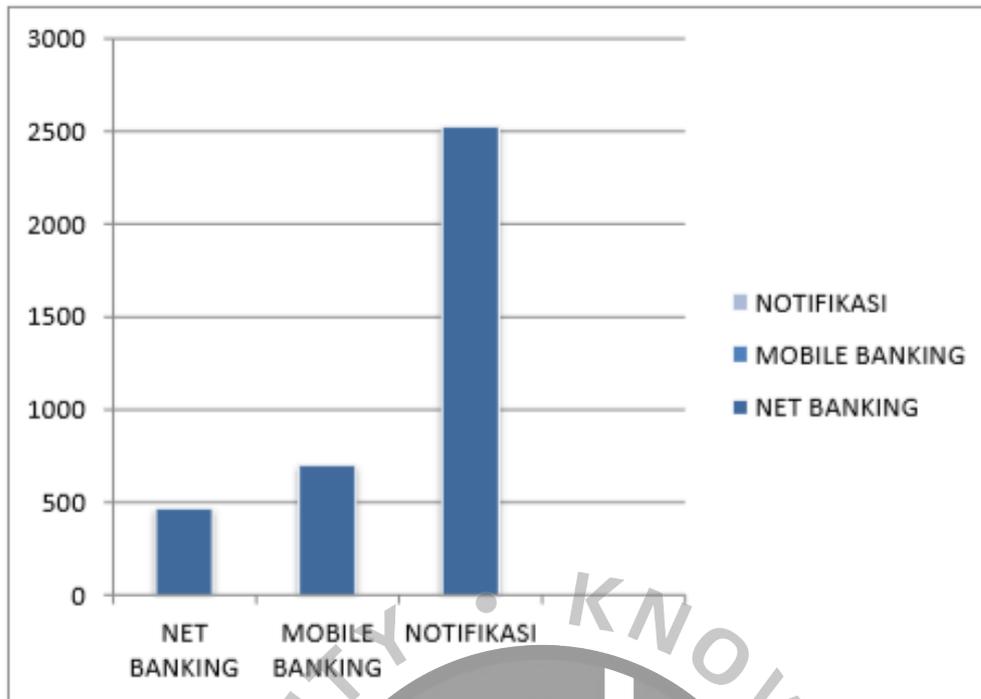
dan memberikan banyak kemudahan serta membantu pekerjaan manusia. Teknologi Informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Mulai dari wahana teknologi informasi yang paling sederhana berupa perangkat radio dan televisi, hingga internet dan telepon genggam dengan protokol aplikasi tanpa kabel (WAP), informasi mengalir dengan sangat cepat dan dalam skala minggu atau hari atau bahkan jam sudah berada dalam skala menit dan detik. Sebagai contoh adalah seseorang dari Indonesia mengirimkan sejumlah uang untuk anaknya yang sekolah di Australia, pada saat yang hampir bersamaan si anak langsung menerima uangnya lewat bank atau ATM. Tujuan pengembangan teknologi informasi di Bank Bukopin adalah agar setiap nasabah mendapat kemudahan dalam bertransaksi, baik di wilayah Indonesia maupun di luar negeri. Menerjemahkan harapan nasabah tersebut, Bank Bukopin membutuhkan sistem yang online, real time dan fleksibel. Bank Bukopin melakukan perubahan terhadap sistem bisnisnya. Kadang-kadang perusahaan menerapkan TI (Teknologi Informasi) tanpa mengubah proses bisnisnya, sehingga penerapan TI tersebut tidak efisien. Dalam hal ini Bank Bukopin melakukan perubahan dalam proses bisnisnya sehingga bisa lebih efisien.

Teknologi informasi dalam jasa keuangan dapat dilakukan melalui internet banking yang dapat mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi yang ditentukan oleh nilai dari “kemudahan” dibandingkan dengan segi-segi yang lain dari jasa tersebut, misalnya interaksi manusia, dan kontribusi relatifnya terhadap hasil-hasil yang positif. Membuka peluang sosial media *marketing* merupakan salah satu cara pemasaran *online* yang sedang berkembang. Peluangnya bertambah dengan maraknya pengguna *gadget* di Indonesia, dengan semakin pesat mengenai *social media marketing* tersebut tentunya akan menambah warna pada ranah penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran. Pengguna teknologi internet terus meningkat dari tahun 2012 ke tahun 2016. Setidaknya itu terbukti dari data yang disajikan oleh Nilai transaksi internet banking di Indonesia telah

mencapai Rp 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM beserta debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012. Pada tahun 2017 ini terjadi penurunan dalam transaksi internet banking.

Pertumbuhan internet banking didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat. Internet banking merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer (PC)* atau alat pandai lainnya. Teknologi telah memungkinkan para pembuat keputusan untuk mengorganisasi distribusi secara radikal, menggabungkan jaringan internet, sistem hub dan spoke, pemrosesan terpusat, dan lain-lain, yang menghasilkan internet banking dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Abdul Kadir,2006) Meskipun berpotensi mengurangi biaya, dampak internet banking terhadap penyedia jasa keuangan adalah menurun saat sistem jaringan bersama berkembang, dampak internet banking dalam jangka panjang, serta teknologi yang lain, terhadap profitabilitas akan tergantung pada sikap nasabah dan perilaku-perilaku yang diakibatkannya. Semakin banyak jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan terus meningkatnya sumber daya manusia (SDM) dan ketepatan penggunaan teknologi dapat membuat kecewa atas pelayanan yang diberikan.

Data Pengguna E CHANNEL TAHUN 2018



Gambar 1.1

Sumber: www.ojk.co.id

Di Indonesia, internet banking telah diperkenalkan pada nasabah Bank Bukopin. Dengan memberikan fasilitas ATM serta kemudahan-kemudahan dalam internet banking maka Bank Bukopin telah bersaing demi mendapatkan nasabah. Bank Bukopin menyediakan layanan internet banking dengan memberikan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet selama 24 jam, 7 hari seminggu untuk nasabah. Oleh sebab itu, dalam teknologi *ISST (Internet Self Service Technology)*, diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan teknologi informasi seperti kemudahan dalam bertransaksi.

Kemajuan teknologi tentunya akan memudahkan dalam proses pelayanan. Pelayanan berbasis teknologi ini salah satunya adalah penggunaan komputer untuk pembayaran, penggunaan media transaksi elektronik guna pembayaran dengan kartu kredit, serta fasilitas jejaring sosial (*online*) sebagai media promosi yang murah dan cepat. Perusahaan semakin

dituntut untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan menyediakan fasilitas-fasilitas supaya tidak kalah bersaing dengan pesaingnya. Dengan adanya fasilitas ini, tentu konsumen akan semakin mudah dalam melakukan transaksi dan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Faktor teknologi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena faktor teknologi menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Andreani, 2007).

Kualitas layanan merupakan faktor penentu persepsi nasabah terhadap keberadaan suatu bank, yaitu apakah layanan yang diterima dan dirasakan oleh nasabah akan sama dengan yang mereka harapkan, mungkin lebih baik atau bahkan lebih buruk. Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan (Fandy Tjiptono, 2012).

Dalam industri perbankan keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi seperti *ATM*, *mobile banking*, *internet banking* serta pelayanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas layanan yang dirasakan nasabah serta kepuasan adalah terkait dengan retensi nasabah dan *profitabilitas*, meskipun hubungan diantara konstruk-konstruk ini belum ditetapkan sepenuhnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Selain faktor teknologi informasi dan kualitas pelayanan, faktor yang berperan dalam kepuasan nasabah adalah metode promosi. Promosi menurut (Basu Swasta, 2003), adalah usaha perusahaan yang dipakai untuk mempengaruhi konsumen agar bersedia untuk membeli ulang. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Tjiptono, 2014). Perusahaan yang sudah jeli dalam melihat persaingan pasar, tidak akan melihat kepada penjualan dan besarnya laba saja, tetapi mereka juga menginvestasikan diri dalam jangka panjang, oleh karena itu perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan promosi secara besar-besaran sehingga nasabah menjadi puas.

Beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain: dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap (2017). Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa teknologi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Wiyono dan Wahyuddin (2005) dalam studi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Atmawa dan Wahyuddin (2004) menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan hasil penelitian lain dari Widha Emil Luthfia (2012) yang melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

Lisa Yuvita Novaria, Edy Wahyudi, Yuslinda Dwi Handini (2013) menunjukkan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas judul yang dipilih adalah **Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Layanan Dan Metode Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bukopin Kantor Pusat**

1.2 Identifikasi Masalah

Saat ini perbankan telah memperkenalkan internet banking untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi. Terlepas dari segala usaha yang bertujuan untuk mengembangkan teknologi informasi yang lebih baik dan mudah, teknologi informasi secara umum kurang diperhatikan dan dimanfaatkan oleh nasabah.

Oleh karena itu dibutuhkan pemahaman akan penerimaan nasabah terhadap teknologi informasi dan kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempermudah transaksi nasabah di bank yaitu melalui ATM, internet banking dan *mobile banking*. Isu ini penting karena jawaban atas penelitian ini akan membantu industry perbankan untuk merumuskan kualitas layanan mereka untuk mendapatkan kepuasan nasabah dengan cara mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Untuk itu perlu adanya penelitian yang mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah memiliki kepuasan dengan kualitas layanan teknologi informasi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini hanya membatasi pada dua variabel saja yaitu teknologi informasi meliputi *mobile banking*, *ATM*, dan *internet banking* dan kualitas layanan serta metode promosi. Penelitian ini dibatasi dengan tujuan dapat dilakukan lebih fokus, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Responden dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Bukopin di Kantor Pusat.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial?
3. Apakah metode promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial?
4. Apakah teknologi informasi, kualitas layanan dan metode promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan?

1.5. Tujuan dan manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui teknologi informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui metode promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui teknologi informasi, kualitas layanan dan metode promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan teknologi informasi perbankan dan kualitas layanan dalam transaksi sehingga

dapat menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan pangsa pasarnya dalam dunia globalisasi.

2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dalam memanfaatkan kualitas layanan teknologi informasi. Kemudian bagi nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan kualitas layanan teknologi informasi dapat mengetahui kegunaan serta fungsi teknologi informasi, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi yang dilakukan nasabah bank.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan kualitas layanan teknologi informasi dan perilaku konsumen untuk kepuasan bertransaksi di bank dengan jalan menambah beberapa variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

