

BAB I

PENDAHULUAN

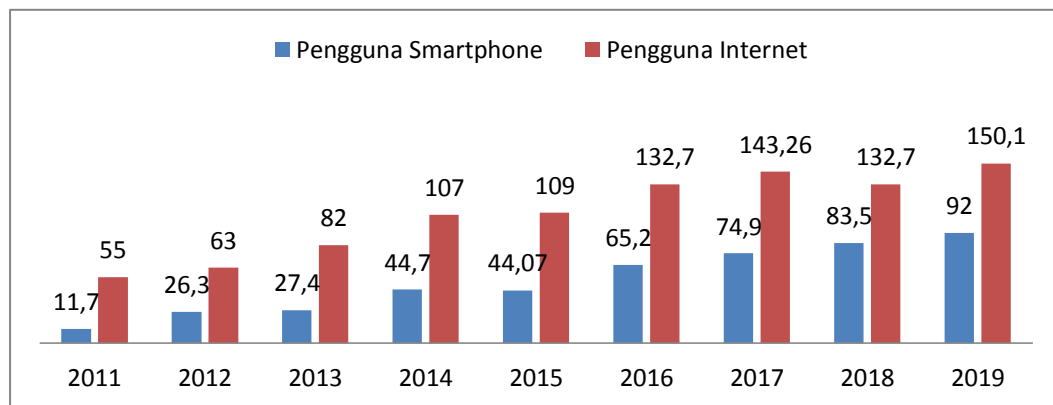
A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini teknologi informasi sangat melekat pada diri manusia. Kemajuan dengan teknologi informasi inilah mampu membuat banyak perubahan sistem dalam melakukan transaksi, mereka ingin mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisien, dan kesederhanaan, hal ini tentunya adalah tantangan yang besar untuk industri perbankan pengguna teknologi komputer, telekomunikasi, serta informasi mendorong berkembangnya transaksi dengan internet di dunia (Amalia, 2019). Semakin besarnya industri perbankan di seluruh dunia yang memanfaatkan fasilitas internet mengalami transformasi yang sangat pesat. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia, baik bank pemerintah maupun swasta (Nisa, 2018).

Bank merupakan jantung perekonomian negara, dengan tidak adanya perbankan kegiatan ekonomi menjadi lumpuh. Ketika dunia perbankan maju pesat berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional maupun global. Perkembangan teknologi informasi membawa banyak perubahan dan pergeseran. Perubahan mendesak dunia perbankan adalah digitalisasi layanan. Digitalisasi tidak hanya sekedar bertujuan untuk memindahkan transaksi manual menjadi otomatis. Digitalisasi perbankan memiliki arti yang lebih luas terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Salam, 2018). Misalnya melalui digitalisasi perbankan masyarakat dapat menggunakan berbagai jenis layanan perbankan mulai dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi dan akses hampir semua jenis transaksi perbankan dengan internet dalam genggam *Smartphone* kecuali untuk transaksi penarikan tunai.

Menurut data dari Indonesia E-Commerce Association (idEA), Google Indonesia, dan Taylor Nelson Sofres (TNS), perdagangan *online* di Indonesia mencapai sekitar Rp300 triliun (sekitar US\$25 miliar) pada 2016 dengan sekitar 62.2 juta pengguna *smartphone* dan 109 juta pengguna internet, saat ini Indonesia

menjadi tempat terbaik bagi perkembangan industri *e-commerce*. Tentunya hal ini didukung oleh pergeseran kebiasaan konsumen yang semakin menuntut tingkat pemenuhan kebutuhan yang efisien dan efektif dengan adanya teknologi dibidang keuangan tersebut (Fatimah & Hendratmi, 2020).



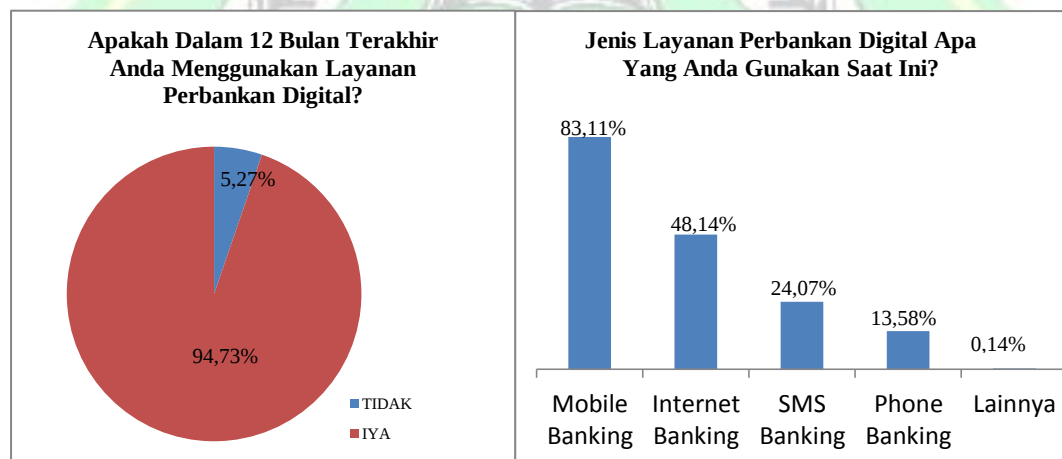
Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna Smartphone dan Pengguna Internet Tahun 2011- 2019 di Indonesia

(Sumber: E-Marketer dan APJII, data diolah, 2020)

Data diatas mendukung hasil analisis dari AT Kearney tentang Roadmap Transformasi Perbankan mengungkapkan bahwa pada tahun 2020, 80% pangsa pasar akan didominasi oleh pengguna *smartphone*. Oleh sebab itu, perlu adanya perubahan sistem dalam bidang keuangan untuk mengimbangi hal tersebut, baik dalam sisi lembaga keuangan formal maupun lembaga keuangan non formal (Fatimah & Hendratmi, 2020).

Pada lembaga keuangan non formal, muncullah yang namanya *Financial Technology (Fintech)*. *Fintech* merupakan pemain baru yang bergerak pada lini bisnis digital dan merupakan salah satu pemain terbesar di industri keuangan. Penggunaan internet dan *smartphone* yang semakin meningkat di masyarakat Indonesia membuat *Fintech* berkembang dengan pesat hingga saat ini (Fatimah & Hendratmi, 2020). Begitupun dengan dunia perbankan dituntut untuk bisa mengikuti tren transaksi digital, termasuk dalam hal *cashless payment*, *branchless banking*, sampai dengan hadirnya sektor baru di industri dalam bentuk *e-commuting*, *fintech*, serta layanan perbankan keuangan berbasis internet yang jumlahnya semakin meningkat di Indonesia (Marlina & Bimo, 2018).

Menurut penelitian Chrismastianto (2017) bahwa teknologi finansial memiliki tingkat efektivitas yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan di Indonesia. Teknologi aplikasi dalam perbankan dinamakan dengan *digital banking* yang merupakan layanan perbankan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan nasabah demi mewujudkan ekonomi digital. *Digital banking* yang telah berkembang sampai saat ini yaitu akses layanan 24 jam melalui ATM (*Automatic Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, *video banking*, *phone banking* dan *SMS banking* atau yang biasa disebut dengan layanan *e-banking*. Beberapa bank juga telah meluncurkan layanan keuangan tanpa kantor (*branchless banking*) yang utamanya ditujukan untuk masyarakat yang belum memiliki akses ke perbankan (*unbanked*) (Salam, 2018).



Gambar 1. 2

Persentase Penggunaan Layanan Perbankan Digital

(Sumber: Riset Mandiri *tirto.id*, data diolah, 2021)

Berdasarkan survei daring yang dilakukan Tirto.id bekerja sama dengan Jakpat, mayoritas responden sudah menggunakan layanan perbankan digital dalam 12 bulan terakhir jumlahnya mencapai 94,73 persen. Kemudian sebanyak 83,11 persen, mayoritas responden menggunakan layanan perbankan digital berjenis *mobile banking*. Selanjutnya sebanyak 48,14 persen menggunakan layanan internet banking, sementara layanan SMS banking sebanyak 24,07 persen, Phone Banking sebanyak 13,58 persen dan lainnya 0,14 persen. Artinya, sebagian besar responden melakukan aktivitas perbankan menggunakan internet

lewat *smartphone* dengan jumlah paling besar dibandingkan dengan jenis perangkat lainnya.

Menurut Ahmad, Bhatti, & Hwang (2019) dalam (Syafaati, 2020) dengan adanya *e-banking*, nasabah bank dapat melakukan sebagian besar transaksi mereka secara *online* dan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor bank untuk transaksi personal. Dengan demikian transaksi *online* sangat bermanfaat bagi nasabah yang tinggal di wilayah perkotaan dengan fasilitas internet. Namun bagi nasabah yang tidak mendapatkan fasilitas internet, hal tersebut tetap tidak bermanfaat. Hal ini menyebabkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terkait transaksi melalui *e-banking* masih kurang.

Banyak manfaat yang ditawarkan bank kepada pelanggan mereka melalui layanan *online*, namun layanan *e-banking* juga telah mengangkat banyak masalah keamanan. Timbulnya aksi kejahatan *online* seperti penyadapan, pembobolan, dan *cybercrime* dalam transaksi finansial perbankan, membuat masyarakat menjadi ragu untuk melakukan transaksi *online* (Chrismastianto, 2017). Masalah-masalah keamanan ini sering menghambat pelanggan untuk menggunakannya, karena banyak pelanggan telah menemukan bahwa menggunakan *e-banking* dapat membuat uang mereka dan aset berharga lainnya rentan terhadap risiko. Apabila faktor tersebut tidak dipertimbangkan, maka kesejahteraan konsumen lah yang dipertaruhkan, yang mengakibatkan kualitas layanan yang diberikan menurun dan berdampak pada kepercayaan nasabah (Harish, 2017). Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu layanan khususnya *e-banking* akan menentukan konsumen untuk melakukan atau bertransaksi kembali menggunakan sistem ini (Utami, 2020).

Perbankan sebagai salah satu lembaga perantara keuangan yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan memiliki peran penting sebagai pendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Melihat peran perbankan maka upaya menjaga kepercayaan dan keyakinan dari masyarakat terhadap perbankan menjadi bagian yang penting untuk dilakukan. Terlebih di era

digital untuk mendapatkan kepercayaan, perbankan dituntut untuk adaptif dan inovatif dengan mengembangkan layanan digital yang dapat melayani berbagai kebutuhan nasabah dan memudahkan nasabah.

Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah. Kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009). Hal ini berarti apabila layanan perbankan yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik atau berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila tingkat layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan perbankan tersebut dapat dipersepsikan buruk atau berkualitas rendah (Chrismastianto, 2017).

Dalam konteks *e-banking* kualitas layanan merupakan penentu utama dalam membedakan bentuk penawaran layanan pesaing dan membangun keunggulan kompetitif sehingga kualitas layanan menjadi isu penting dalam *e-banking*. Selain itu, kepercayaan nasabah menjadi faktor kunci yang mendorong nasabah untuk bertransaksi secara *online*. Sedangkan kualitas layanan dan kepercayaan telah menjadi kebutuhan dalam *e-banking*, kepuasan pelanggan *e-banking* juga menjadi masalah kritis karena persaingan yang ketat di industri perbankan. Ankit (2011) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi perusahaan memberikan layanan melalui *online*, menemukan fakta bahwa kepuasan elektronik pelanggan menunjukkan hasil signifikan untuk *e-banking* (Tharanikaran, Sritharan, & Thusyanthy, 2017).

Menanggapi pelayanan *e-banking* ini, Bank BTN Syariah KC Cirebon merupakan salah satu bank yang telah menggunakan layanan *digital banking* dalam melakukan transaksi perbankan. Bank BTN Syariah KC Cirebon berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan agar terpenuhinya kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan dan memuaskan dengan

cara yang lebih unggul agar terciptanya kepercayaan nasabah tetap terjaga kepada Bank BTN Syariah KC Cirebon.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul: **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA BANK BTN SYARIAH KC CIREBON)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa secara umum untuk mengukur kepuasan nasabah, variabel independen yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi *online* adalah Kepercayaan nasabah dan Kualitas Pelayanan *digital banking* yang diberikan kepada konsumen. Dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah, selain kedua faktor tersebut, masih ada beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi secara *online* seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan dan kerahasiaan, kemampuan akses serta kecepatan transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabah selaku konsumen untuk memudahkan nasabah.

C. Batasan Masalah

Setiap permasalahan hakikatnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat menyelidikinya secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Untuk itu penelitian ini hanya fokus pada kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking* sebagai variabel terikat (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking* pada Bank BTN Syariah KC Cirebon?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking* pada Bank BTN Syariah KC Cirebon?

3. Apakah kepercayaan dan kualitas pelayanan *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah KC Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking* pada Bank BTN Syariah KC Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking* pada Bank BTN Syariah KC Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam menggunakan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah KC Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan *digital banking* terhadap tingkat kepuasan. Dalam bidang perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah *keahlian* teori mengenai yang berkaitan dengan *digital banking*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, khususnya Bank BTN Syariah untuk merumuskan strategi mereka guna mempertahankan keunggulan kompetitif layanan *digital banking* dimasa yang akan datang.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui serta mempermudah pembahasan dan memperoleh gambaran dari keseluruhan, maka dijelaskan sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, diuraikan secara garis besar dan memaparkan permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis akan menguraikan kajian pustaka yang membahas penelitian terdahulu yang mendukung dalam penelitian ini. Kajian pustaka dalam bab ini penulis menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan hal-hal yang akan diteliti mengenai *digital banking*, kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, membuat hipotesis serta menggambarkan kerangka berpikir dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan desain penelitian sebagai gambaran proses penelitian di lapangan, mencari data dan informasi serta menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menjelaskan lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, definisi operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab ini merupakan inti dari penulisan, dimana penulis membahas analisis secara keseluruhan yang telah dilakukan oleh peneliti, kumpulan data yang diperoleh dikaji dan dibahas secara mendalam kemudian dianalisis dan dideskripsikan variabel-variabel yang mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *digital banking*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan, penulisan ini berupa kesimpulan dan saran yang merupakan uraian jawaban atas pertanyaan permasalahan serta rekomendasi dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti.