

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, banyak perusahaan yang menggunakan fasilitas-fasilitas atau alat bantu untuk memperlancar kegiatan usahanya. Salah satunya dengan cara menerapkan sistem untuk mempermudah pekerjaan para pegawainya. Maka dari itu topik mengenai kepuasan pengguna sistem informasi menjadi menarik untuk diteliti, karena topik ini akan menjadi tolok ukur kepuasan dari setiap sistem yang digunakan oleh perusahaan saat ini. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada bidang pelayanan administrasi perbankan menjadi suatu kebutuhan, bukan hanya sekedar prestise atau *lifestyle* manajemen perbankan. Namun dalam implementasinya, banyak kendala yang ditemui pihak manajemen perbankan dalam menerapkan TIK dalam proses pengelolaan ini baik faktor teknis maupun non teknis (Idrus, 2014).

Penguatan tata kelola, akuntabilitas dan citra publik terhadap perbankan akan bermuara pada meningkatnya kinerja manajemen perbankan dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Kebijakan ini akan bermakna manakala dikaitkan dengan upaya pemenuhan layanan manajemen perbankan yang bermutu, program nasabah yang bermutu, fasilitas perbankan yang bermutu, staff dan kasir yang bermutu pula. Terkait konteks kekinian, pemanfaatan TIK dalam pelaksanaan kebijakan penguatan tata kelola, akuntabilitas, dan citra publik rumah sakit, implementasi system informasi dalam pelayanan manajemen perbankan sudah tentu bisa dikatakan sangat tepat.

Industri perbankan telah menjadi sangat kompetitif dalam pelayanan yang mereka berikan. Teknologi informasi (TI) secara luas banyak digunakan dalam lingkungan yang kompetitif agar bisa memberikan pelayanan perbankan kepada nasabah (Basri, 2019). Bahkan, munculnya teknologi sistem informasi pada khususnya telah mengubah proses perbankan ritel sebagai interaksi masyarakat dalam pemberian pelayanan menjadi semakin berkembang. Oleh karena itu, interaksi tatap muka antara nasabah dan karyawan bank digantikan oleh interaksi

nasabah dengan melalui teknologi. Bahkan sejumlah besar TI yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan perbankan. Dengan pola-pola perilaku konsumen yang terus berubah dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam pelayanan perbankan, perlu menumbuhkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan pelayanan berbasis teknologi yaitu *e-banking*.

E-banking dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui saluran komunikasi elektronik interaktif. *E-banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik (Ansori, 2019). Nasabah dapat mengakses *e-banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer, laptop, telpon genggam, telpon rumah, atau mesin ATM. Perbankan tradisional atau perbankan konvensional semakin banyak digantikan oleh perbankan berbasis teknologi yaitu pelayanan *e-banking* misalnya penggunaan ATM, *internet banking*, *mobile banking* dan *phone banking* yang merupakan salah satu bagian dari pelayanan *electronic banking* (*e-banking*) yang ditawarkan oleh perbankan untuk menyampaikan nilai lebih dari produk simpanan tabungan nasabahnya. Salah satu peran penting dalam industri perbankan, bahwa nilai keunikan dari produk dan pelayanan yang ditawarkan penting untuk membangun citra dalam benak nasabah (Ansori, 2019).

Beberapa manfaat yang didapat dari menggunakan *e-banking* adalah dapat digunakan oleh siapapun, dimanapun, kapanpun dua puluh empat jam sehari dalam seminggu dan hemat biaya. Dengan berbagai manfaat yang menarik dari *e-banking* tersebut, perbankan berharap kinerja pelayanan ini dapat meningkat dan mengalami perkembangan pesat. Ketidakpuasan dari pengguna akan dicatat di *Activity Log* dan dikategorikan sesuai dengan permasalahan yang timbul seperti kurangnya informasi dokumen maupun laporan yang dibutuhkan oleh pengguna, sistem yang kurang stabil seperti munculnya *error bugs*, membutuhkan waktu yang lama untuk penarikan data dokumen maupun laporan, dan tidak adanya fitur di sistem seperti yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga kinerja karyawan tidak bisa langsung meningkat karena masih beradaptasi dengan penggunaan sistem (Yaqin, 2013).

Dalam menerapkan suatu sistem informasi, kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh kualitas sistem dan kualitas informasi yang dihasilkan (Fendini, Kertahadi dan Riyadi, 2014). Seseorang yang sudah merasa puas akan suatu sistem informasi, cenderung akan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Apabila tingkat kepuasan pengguna akan suatu sistem informasi semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula kinerja mereka (Antasari dan Yaniartha, 2015).

Suatu sistem yang sukses diimplementasikan adalah sistem yang mempunyai kinerja yang baik yang berarti bahwa sistem tersebut mempunyai kemampuan *hardware* dan *software* dalam mendukung sistem dan kemudahan dalam pemakaiannya yang berdampak pada peningkatan kinerja individu maupun organisasi (Tumarni, 2015). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil kualitas system dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna (Budiartha, I Ketut, 2016; Hanadia, Rahayu dan Zutilisna, 2017; Kartika, Anton dan Adnanti, 2016). Penelitian Tumini dan Kustiawan (2019) menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin Probolinggo. Hal ini bertentangan dengan penelitian Iksani dan Yusuf (2018) yang menyatakan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem.

Walaupun bisnis dunia perbankan telah mengalami perkembangan pesat, perkembangan ini juga diikuti dengan berbagai macam keluhan dan berbagai permasalahan terhadap kualitas pelayanan khususnya transaksi melalui *e-banking*, hal ini timbul setelah nasabah menggunakan dan mengaktifkan layanan *e-banking* yang berdampak terhadap ketidakpuasan nasabah. Persaingan ketat melalui munculnya layanan serupa yang ditawarkan oleh bank lain yang lebih baik pelayanannya membuat nasabah membandingkan masing-masing pelayanan *e-banking* tersebut yang pasti dapat membuat nasabah beralih ke pelayanan *e-banking* pada bank yang kinerja sistem teknologi informasinya lebih baik (Ansori, 2019).

Menanggapi pelayanan *e-banking* ini, bank berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif,

karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah. Produk pelayanan *e-banking* yang ditawarkan ke nasabah bank lebih atau kurang standar di perbankan, bank merasa perlu meningkatkan kebutuhan pelayanan perbankan untuk membedakan diri dari pesaing pada kriteria lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Riset tentang loyalitas nasabah bank sudah banyak dilakukan sehingga sudah terdapat standar dan ukuran yang bisa digunakan dalam mewakili kepuasan nasabah terhadap suatu produk dan jasa bank. Kepuasan dan loyalitas nasabah telah terbukti menjadi hal penting bagi kinerja terbaik bank dalam jangka panjang. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam jangka panjang loyalitas nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa perbankan. Terdapat beberapa penelitian yang mendukung hubungan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah, hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah dan hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah bisa dalam bentuk hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung dengan diantara atau dimoderatori oleh kepuasan nasabah.

Penelitian ini menggunakan subjek PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading. PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading sangat strategis dan ekonomis, karena berada pada pusat lalu lintas yang cukup padat sehingga mudah dikenal dan diketahui masyarakat. Bentuk usaha PT. Bank KB Bukopin adalah “Perseroan Terbatas” merupakan suatu perusahaan yang kepemilikannya diwujudkan dengan saham.

PT. Bank KB Bukopin mempunyai visi yang menjadi landasan dan pandangan bagi kelangsungan yaitu “Menjadi Lembaga Keuangan Pilihan Utama di Indonesia”. Untuk mewujudkan visinya PT. Bank KB Bukopin mengemban misi yaitu : Memahami dan Memberi Solusi kepada Nasabah. PT. Bank KB Bukopin juga memiliki nilai-nilai perusahaan adalah “ICCAN” yang terdiri dari: a. *Integrity*, Jujur, Disiplin, dan Berkomitmen b. *Competent*, Cepat belajar, peningkatan, dan perbaikan berkelanjutan c. *Care*, Tulus, Empati, dan peduli,

serta Sinergi dan Bekerjasama. d. *Accountable*, Bertanggung jawab dan menguasai tugas. e. *Never Give Up*, Pantang menyerah dan selalu berpikir Out Of the Box.

Untuk mengelola aset dan debitur yang dimiliki PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading memiliki sumber daya manusia pada akhir tahun 2020 sebanyak 35 orang, serta memiliki struktur organisasi yang berguna untuk menentukan tugas dan fungsi masing-masing anggota organisasi, sehingga pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawabnya akan menjadi lebih jelas.

Dalam penelitian ini ada beberapa sistem yang digunakan oleh PT. Bank KB Bukopin, yaitu : Mobile Bangkin Bukopin (Fasilitas yang diberikan KB Bukopin kepada nasabah untuk layanan transaksi perbankan melalui Aplikasi di Hp), Internet Banking (Fasilitas yang diberikan KB Bukopin kepada nasabah untuk layanan transaksi perbankan melalui token dan jaringan internet website internet bangkit), SMS Notifikasi (Layanan untuk nasabah agar selalu dapat memberitahukan update transaksi dana masuk dan dana keluar melalui SMS), Wokee (Adalah fasilitas pembukaan Rekening digital yang didesain khusus untuk nasabah agar dapat membuka tabungan melalui aplikasi di Hp dengan berbagai manfaat didalamnya), Viola (Aplikasi yang digunakan untuk layanan antri cs dan teller melalui aplikasi hp), BCM (Adalah layanan aplikasi untuk transaksi giro), Bukisys (Untuk Proses Transaksi Internal Bisnis dan Operasional PT. Bank KB Bukopin dalam menginput data nasabah), AS400 (Untuk Proses Transaksi Internal Bisnis dan Operasional PT. Bank KB Bukopin dalam melihat fasilitas yang dimiliki nasabah), *Service Level Agreement (SLA)* digunakan untuk Layanan Teller, SKN & RTGS (Adalah proses transfer antar Bank).

Studi ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif tentang pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan bagi nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank KB Bukopin. Terkait dengan kepuasan dan loyalitas nasabah yang menunjukkan masih adanya ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah terjadi dikarenakan berbagai faktor keluhan dari nasabah, diantaranya ATM PT. Bank KB Bukopin yang jarang ditemukan, Jaringan *E-Banking* sering terjadi gangguan (error), dan Nasabah sering merasakan ketidakpuasan dengan pelayanan *teller* dan *customer service* karena harus menunggu dengan waktu yang cukup lama.

MedanBisnis, Komoditi. menyatakan pada bulan Mei 2020 PT. Bank KB Bukopin kembali mendapatkan terpaan angin besar, dengan adanya penurunan kepercayaan nasabah terhadap PT. Bank KB Bukopin dikarenakan “BPK menegur OJK mengapa dalam pengawasannya dibiarkan ada 7 bank bermasalah salah satunya PT. Bank KB Bukopin” teguran tersebut sudah beredar dimasyarakat luas yang membuat masyarakat panik hingga akhirnya nasabah PT. Bank KB Bukopin melakukan *rush money*. Walaupun BPK sudah mengklarifikasi kejadian tersebut sudah selesai pada tahun 2018 akhir, akan tetapi isu yang berkembang begitu cepat membuat PT. Bank KB Bukopin melakukan penekanan likuiditas, transaksi ATM dibatasi, penarikan tunai dibatasi, transfer dibatasi, bahkan banyak nasabah yang tidak bisa menarik dananya secara besar di PT. Bank KB Bukopin, dikarenakan nasabah melakukan *rush money* membuat likuiditas PT. Bank KB Bukopin terganggu. Bank sebesar BCA pada tahun 1998 pernah mengalaminya, terlebih pula kredit bank di rileksasi oleh pemerintah karena covid, sedangkan penghasilan dan dana nasabah dikelola untuk memberikan pinjaman kredit, membuat semakin mengetatnya likuiditas PT. Bank KB Bukopin. Kejadian tersebut sempat menjadi viral disosial media, sehingga manajemen PT. Bank KB Bukopin membuka *right issue* untuk menjual kepemilikan PT. Bank KB Bukopin. Ada dua kandidat yaitu BUMN dan Koomin Bank (KB), tetapi yang memenuhi persyaratan sesuai keputusan OJK adalah Koomin Bank dimana pemegang kendali tersebut adalah bank raksasa dengan aset 387,4 triliun. OJK yakin bahwa Koomin Bank dapat menjadi pondasi kuat untuk PT. Bank KB Bukopin tersendiri. Saat ini pemegang pengendali PT. Bank KB Bukopin adalah Koomin Bank dengan kepemilikan saham 67%, dan PT. Bank Bukopin berganti nama menjadi PT. Bank KB Bukopin, Tbk. Dengan adanya transformasi baru membuat PT. Bank KB Bukopin, Tbk harus menyusun strategi agar dapat mengembalikan kepercayaan dan kepuasan nasabah agar dapat menjadi nasabah Bukopin yang loyal kembali.

Studi teori pemasaran jasa dan studi empirik, studi dalam topik yang sama sudah pernah dilakukan dengan obyek yang berbeda. Secara teoritis terdapat justifikasi empirik bahwa diduga terdapat hubungan yang kuat dan kausal antara kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan bagi nasabah terhadap

kepuasan nasabah. Justifikasi lain yang bisa ditarik adalah adanya hubungan antara kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan bagi nasabah terhadap loyalitas nasabah baik secara langsung maupun diantarai oleh kepuasan nasabah. Disamping itu teori-teori pemasaran jasa memberi dukungan atas justifikasi yang telah dikemukakan dan pengujian teori pada situasi empirik. Dengan melakukan telaah terhadap berbagai literatur mengenai teori-teori dalam pemasaran jasa dan penelitian empirik antar kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan bagi nasabah yang akan dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan pemaparan di atas maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian dengan menganalisis pengaruh kualitas sistem, informasi dan layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai mediator pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
7. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
8. Apakah terdapat pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?

9. Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?
10. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
2. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
4. Pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
5. Pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
6. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
7. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
8. Pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
9. Pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.
10. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan sebagai

pengetahuan yang berhubungan dengan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi PT. Bank KB Bukopin Cabang Kelapa Gading. Dalam pengolahan pemasaran beserta kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih baik.