



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah strategi bisnis dunia usaha termasuk perbankan dengan menempatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai unsur utama dalam proses produksi atau pemberian jasa. Selain itu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga telah mendorong inovasi di bidang jasa pelayanan termasuk jasa pelayanan perbankan. Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh besar terhadap daya saing perusahaan, Saat ini bank tidak hanya bersaing dalam layanan perbankan tradisional, tetapi juga memperluas lingkup persaingan untuk teknologi informasi dan komunikasi dengan layanan *internet banking*. *Electronic transaction* dalam bentuk *internet banking* merupakan salah satu bentuk baru pengembangan *delivery channel* pelayanan bank yang telah mengubah strategi bisnis perbankan yang semula lebih banyak mengandalkan pada teknologi manusia menjadi teknologi informasi.

Teknologi yang semakin canggih dan handal menjadi parameter kemapanan sebuah bank. Adanya *internet banking* merupakan salah satu kemajuan yang diwujudkan oleh perbankan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perbankan saat ini 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.

Saat ini perkembangan *internet banking* telah berkembang pula di Indonesia, pelayanan bank dalam bentuk *internet banking* sepertinya telah menjadi keharusan, karena kebutuhan dunia usaha dan nasabah bank semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk itu *internet banking* dapat menjembatani kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam hal mempercepat pelayanan jasa bank. sejalan dengan perkembangan *information technology* diatas , peranan *internet banking* semakin berarti. *Automatic teller machine (ATM)*, *credit card*, dan *phone banking* seperti menjadi keharusan bagi setiap bank yang ada di indonesia dalam merebut pangsa pasar. Hampir seluruh perbankan saat ini menggunakan layanan *internet banking*.

Perbankan di Indonesia sangat berharap dengan adanya *internet banking* nantinya bisa memberikan kemudahan kepada para nasabah perbankan melakukan transaksi perbankan (*non cash*) setiap saat dari manapun dengan begitu mudah dan nyaman hanya dengan mengakses melalui komputer maupun *handphone* yang mempunyai jaringan internet. Selain itu dengan adanya *internet banking* harapannya bisa memajukan teknologi perbankan di Indonesia supaya tidak tertinggal terlalu jauh dengan kemajuan teknologi di negara luar. *Internet banking* yang berkembang di Indonesia saat ini tidak lain karena adanya adopsi yang terjadi dari negara lain. Di Indonesia saat ini dengan *Internet Banking* perlahan menggeser gaya perbankan yang konvensional yang melibatkan puluhan juta nasabah bank di negara ini. Bukan suatu hal yang mudah untuk merubah pola

perbankan yang lama menjadi pola perbankan yang baru, butuh penyesuaian bagi para nasabah untuk menerima sebuah perubahan tersebut.

Kehadiran *internet banking* ini telah membawa perubahan yang mendasar pada jenis layanan perbankan, dari yang awalnya *banking delivery channels* ke arah *self-service channels* yaitu *internet banking*. Teknologi internet mampu menghilangkan batas ruang dan waktu, bersifat global/ internasional bahkan tanpa batas negara. bagi bank sendiri, pelayanan melalui internet banking dapat menekan biaya operasional karena dapat menghemat kertas, tenaga manusia, dan tidak perlu investasi ATM atau kantor cabang. (Atorf et al, 2002)

Perkembangan *internet banking* di Indonesia berkembang dengan pesat, dilihat dari banyaknya bank-bank komersial yang menawarkan jasa tersebut. Selain itu minat nasabah di Indonesia terhadap internet banking juga sangat baik dilihat dari perkembangannya pada tahun 2001 sebesar 293.351 orang. Jumlah ini kemudian meningkat menjadi 424.063 orang pada tahun 2004. Lalu pada tahun 2010 menjadi 749.000 orang. (www.antaranews.com)

Salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem *internet banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi *market leader* pada pasar *internet banking* adalah Bank Central Asia (BCA) yang telah memperkenalkan *internet banking* sejak tahun 2001. Adapun tingkat penggunaan *internet banking* BCA yang dikenal dengan nama “KlikBCA” ini sangat tinggi. Berdasarkan laporan tahunan BCA tahun 2009, tercatat peningkatan sebesar 20% untuk jumlah transaksi melalui KlikBCA dari 135 juta transaksi menjadi 162 juta transaksi dengan total transaksi senilai Rp114,6 triliun. Hal ini

tentunya ditunjang dengan kehandalan dan keunggulan produk KlikBCA dibandingkan dengan produk *internet banking* bank komersial yang lain.

Tingginya penggunaan pada KlikBCA oleh nasabah BCA menarik untuk dilakukan penelitian mengenai kualitas layanan *internet banking* pada Klik-BCA dan hubungannya pada kepuasan nasabah BCA. Yang dapat memberikan petunjuk bagi industri perbankan, yaitu bank BCA untuk menjaga kualitas layanan *internet banking* mereka guna menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif produk KlikBCA di masa yang akan datang.

Dalam mengukur keseluruhan kualitas layanan *internet banking* tentu terdapat beberapa faktor ikut mempengaruhi seperti dalam penelitian Jun and Cai (2001) Dalam *internet banking* meneliti 3 konseptual kategori yang mempengaruhi *Overall Internet Banking Service Quality*. Yang pertama adalah *Online Customer Service Quality*, *Online Information System Quality*, dan *Banking Service Product Quality*. Selain itu *Customer Satisfaction* juga menarik untuk diteliti berhubungan dengan *Overall Internet Banking Service Quality*. seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Rod et all (2008)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Hubungan Antara *Service Quality Dimensions*, *Overall Internet Banking Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* telaah pada KlikBCA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Online Customer Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia?
2. Apakah *Online Information System Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia?
3. Apakah *Banking Service Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia?
4. Apakah *Overall Internet Banking Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* Bank Central Asia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Service Quality* terhadap *overall internet banking service* Bank Central Asia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Online Information System Quality* terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Banking Service Product Quality* terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Overall Internet Banking Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Bank Central Asia.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasilnya dapat bermanfaat.

Berikut ini adalah manfaat akademis dan manfaat praktis dalam penelitian ini.

1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini secara teoritis adalah diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan *Internet Banking Service Quality* dan *Customer Satisfaction*. Kemudian secara akademis adalah sebagai bahan masukan dan perbandingan ataupun sebagai bahan referensi bagi penelitian yang serupa atau penelitian lain yang sifatnya lebih luas dimasa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini secara praktis adalah sebagai bahan masukan bagi pihak manajemen dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan *internet banking* yang diberikan, sehingga pihak Bank Central Asia dapat mengetahui apa saja faktor – faktor dari kualitas pelayanan *internet banking* yang dapat diperbaiki ataupun di kembangkan.

1.4.3 Manfaat bagi Peneliti

Manfaat yang dapat diperoleh bagi peneliti, Sebagai perluasan pengetahuan untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi suatu permasalahan yang terjadi. Dan juga sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk lebih mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi skripsi ini dengan susunan yang sistematis dan komprehensif, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan secara singkat latar belakang masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori sebagai penjabaran teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis. Selain itu, bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang meliputi antara lain: variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum perusahaan, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya.

UMN