

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah memberi dampak yang signifikan terhadap perkembangan layanan jasa perbankan. Jika dahulu nasabah harus berkunjung ke bank setiap kali akan melakukan transaksi maka setelah adanya ATM (Anjungan Tunai Mandiri), nasabah tidak perlu lagi menghabiskan waktu dan biaya untuk berkunjung ke bank. Hal ini dikarenakan gerai ATM telah tersebar luas dimana-mana.

Dalam perkembangannya, tidak hanya akses layanan perbankan melalui gerai ATM yang ditawarkan bank kepada nasabahnya tetapi juga akses layanan perbankan melalui telepon/telepon seluler maupun melalui internet. Kini nasabah tidak perlu lagi mengantri di *teller* maupun ATM untuk melakukan transaksi non tunai. Melakukan transfer antar rekening, membayar tagihan bulanan, maupun sekedar mengecek saldo dapat dilakukan dengan menggunakan telepon atau internet.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia*, pada tahun 2008 terjadi peningkatan penetrasi penggunaan akses layanan perbankan melalui *electronic channel* sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1. Penetrasi Perkembangan Penggunaan Layanan SMS Banking, Phone Banking, dan Internet Banking**

<i>Delivery Channel</i>	2006	2008
<i>SMS Banking</i>	11%	15%
<i>Phone Banking</i>	7%	6%
<i>Internet Banking</i>	5%	9%

Sumber: *Marketing Research Indonesia*

Peningkatan penggunaan akses layanan perbankan melalui *SMS banking* dari 11% pada tahun 2006 menjadi 15% pada tahun 2008 turut didorong oleh tingginya penetrasi penggunaan telepon seluler di Indonesia (*Penetrasi*, 2009). Sementara itu, meningkatnya penggunaan akses melalui *internet banking* selain didukung oleh tingginya penetrasi penggunaan internet juga turut didukung oleh diberlakukannya Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan

Transaksi Elektronik. Adanya pengaturan mengenai transaksi elektronik ini memberikan kepastian hukum kepada nasabah dalam melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu lagi merasa khawatir ketika melakukan transaksi melalui internet (Bank Indonesia, 2008).

Tersedianya berbagai akses layanan jasa perbankan (*delivery channel*) dewasa ini memberikan dampak yang positif bagi perbankan maupun nasabah. Di sisi perbankan, tersedianya berbagai *delivery channel* diharapkan akan meningkatkan volume transaksi keuangan yang dilakukan oleh nasabah sehingga bank tidak lagi hanya bergantung pada pendapatan yang berasal dari bunga tetapi juga dapat memperoleh pendapatan yang berasal dari biaya (*fee based income*). Selain itu, di masa yang akan datang dengan mengembangkan jaringan akses layanan perbankan melalui ATM, telepon/telepon seluler, maupun internet akan lebih menghemat biaya dibandingkan jika bank harus mengoperasikan sebuah kantor cabang. Sementara bagi nasabah, tersedianya berbagai *delivery channel* akan lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi (Siregar, 2008).

Seiring tuntutan kebutuhan nasabah dan persaingan jasa perbankan, bank-bank di Indonesia saling berlomba-lomba dalam menyediakan berbagai akses layanan perbankan melalui *electronic channel*. Pada tahun 2008, terdapat 63 bank yang telah menyediakan layanan ATM, 32 bank telah menyediakan layanan *phone banking*, 25 bank telah menyediakan layanan *mobile banking*, sedangkan baru 19 bank yang menyediakan *corporate internet banking service*, dan 14 bank menyediakan *individual internet banking services* (Situs, 2008).

Dua dari bank-bank yang terus menerus mengembangkan teknologi akses layanan melalui *electronic channel* adalah bank Mandiri dan BCA. Kedua bank terbesar di Indonesia ini terus berupaya meningkatkan jumlah pengguna *electronic banking* sekaligus volume transaksi yang dilakukan melalui *electronic channel*. Tak heran jika setiap tahun terjadi peningkatan yang signifikan pada volume transaksi yang dilakukan melalui *electronic channel*. Sebagai contoh, bank Mandiri mengalami peningkatan komposisi volume transaksi *electronic channel* dan cabang dari 73:27 pada tahun 2007 menjadi 74:26 pada tahun 2008, dan menjadi 82:18 pada tahun 2009. Hal ini berarti pada tahun 2009 82% transaksi keuangan nasabah dilakukan melalui *electronic channel* sedangkan

**Universitas Indonesia**

hanya 18% transaksi dilakukan di kantor cabang (Bank Mandiri, 2007, 2009). Sementara itu, pada tahun 2009 BCA pun mengalami hal yang sama. Frekuensi transaksi *internet banking* meningkat sebesar 70% disamping jumlah pengguna layanan *internet banking* yang meningkat sebesar 40% dibandingkan tahun sebelumnya dari 1,2 juta menjadi 1,7 juta nasabah (BCA, 2009).

Banyak bank terdorong untuk mengadopsi *electronic banking* dikarenakan biaya yang harus dikeluarkan lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya untuk mendirikan sebuah kantor cabang. Namun demikian, keputusan bank seharusnya lebih didasari pada apa yang menjadi preferensi nasabah dan bukan semata-mata karena faktor biaya (Durkin, Howcroft, O'Donnell dan Quinn, 2003).

Haytko dan Simmers (2009) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah secara keseluruhan terhadap jasa perbankan ditentukan oleh kepuasan dari masing-masing interaksi individu terhadap jasa yang disediakan. Sebagaimana telah disebutkan, interaksi ini dapat terjadi melalui berbagai *delivery channel*, yaitu dari bertatap muka dengan *teller*, menggunakan ATM, atau melakukan transaksi secara elektronik.

Terkait hal tersebut, peningkatan dan pengembangan akses layanan perbankan melalui beragam *delivery channel* sejatinya senantiasa dilakukan agar bank Mandiri dan BCA dapat tetap kompetitif dan selalu terdepan dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Selanjutnya, sebagai upaya meningkatkan layanan kepada nasabah maka bank Mandiri dan BCA perlu melakukan evaluasi kepuasan atas berbagai *delivery channel* yang ditawarkan dan mengetahui bagaimana hal ini berpengaruh terhadap kepuasan layanan jasa perbankan yang diberikan secara keseluruhan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh MARS pada tahun 2007, BCA jauh lebih unggul dibandingkan bank Mandiri dan bank lainnya dalam melakukan penetrasi penggunaan *electronic channel*. Hal ini ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 1.2. Penggunaan *Internet Banking* dan *SMS Banking* (Kelas A dan B) Tahun 2007**

<i>Internet Banking</i>			<i>Mobile/SMS Banking</i>	
No.	Bank	Total	Bank	Total
1.	BCA	64,3%	BCA	66,2%
2.	HSBC	11,9%	Mandiri	20,3%
3.	Mandiri	9,5%	Permata	13,5%
4.	Permata	9,5%	Niaga	5,4%
5.	BII	4,8%	HSBC	5,4%

Sumber: Indonesian Consumer Profile 2007 dalam “Klik BCA dan M-BCA Masih menjadi Pilihan”, <http://marsnewsletter.wordpress.com/2008/02/02/klik-bca-dan-m-bca-masih-menjadi-pilihan/#more-19>

Dalam upaya memenangkan persaingan di bidang jasa perbankan maka sangat penting bagi bank Mandiri dan BCA untuk mengetahui bagaimana kontribusi kepuasan setiap *delivery channel* yang tersedia dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan secara keseluruhan. Dengan mengetahui hal tersebut maka baik bank Mandiri maupun BCA akan dapat menentukan strategi pengembangan *delivery channel* layanan jasa perbankan secara lebih tepat dan terarah serta sesuai dengan kebutuhan nasabah.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepuasan layanan *teller* dan layanan ATM terhadap kepuasan layanan bank secara keseluruhan
2. Apakah kepuasan layanan *teller* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan layanan bank secara keseluruhan dibandingkan kepuasan ATM
3. Apakah terdapat perbedaan kepuasan terhadap layanan *teller*, ATM, *SMS banking*, *phone banking*, dan *internet banking* antar bank
4. Apakah terdapat perbedaan kepuasan terhadap layanan *teller*, ATM, *SMS banking*, *phone banking*, dan *internet banking* antar gender
5. Apakah terdapat perbedaan kepuasan terhadap layanan *teller*, ATM, *SMS banking*, *phone banking*, dan *internet banking* antar kelompok usia

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perbankan, khususnya bagi bank Mandiri dan BCA dalam upayanya meningkatkan kepuasan nasabah pengguna jasa layanan perbankan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain yang melakukan studi mengenai kepuasan layanan perbankan di Indonesia. Sementara bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk melatih kemampuan menganalisis sebuah isu terkini dalam masyarakat, yaitu trend perkembangan layanan perbankan, berdasarkan ilmu pengetahuan yang telah didapat.

#### 1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian sebagaimana tersebut diatas maka batasan penelitian ini adalah analisis pengaruh kepuasan *delivery channel* terhadap kepuasan jasa layanan perbankan secara keseluruhan. Disamping itu, dalam penelitian yang dilakukan ini terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut:

- a. Mengingat tidak semua nasabah menggunakan *SMS banking*, *phone banking*, dan *internet banking* maka kuesioner penelitian ini disebarikan kepada nasabah yang setidaknya menggunakan salah satu dari ketiga layanan tersebut. Dengan demikian, dalam penelitian ini terdapat komposisi yang berbeda antar sampel pengguna *SMS banking*, *phone banking*, dan *internet banking*. Hal ini menyebabkan terbatasnya jumlah sampel yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah terhadap ketiga akses layanan perbankan ini mempengaruhi kepuasan layanan bank secara keseluruhan. Oleh karena keterbatasan data maka objek yang diteliti terbatas pada pengaruh kepuasan layanan *teller* dan layanan ATM terhadap kepuasan layanan bank secara keseluruhan.
- b. Responden dalam penelitian ini dibatasi sebanyak 150 orang di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya yang merupakan nasabah bank Mandiri dan BCA. Penentuan batasan jumlah sampel dan wilayah dilakukan dengan mempertimbangkan adanya keterbatasan waktu dan biaya. Sedangkan pemilihan kedua bank ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa bank

Mandiri dan BCA termasuk bank yang memiliki pangsa pasar terbesar di Indonesia.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Karya akhir ini disusun secara sistematis dalam enam bab yang meliputi:

### **Bab 1 – Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, penentuan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, dan batasan dalam penelitian

### **Bab 2 – Tinjauan Pustaka**

Bab ini memaparkan teori dan studi literatur yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis dan memecahkan masalah dalam penelitian.

### **Bab 3 – Model dan Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan dasar teori dan studi literatur terdahulu yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya maka pada bab 3 dibangun kerangka berpikir dan model penelitian serta hipotesis-hipotesis yang akan diuji.

### **Bab 4 – Metodologi Penelitian**

Pada bab 4 dijelaskan lebih lanjut mengenai metodologi yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menganalisis data primer dalam rangka menyelesaikan masalah penelitian.

### **Bab 5 – Analisis dan Pembahasan**

Bab 5 menyajikan hasil pengolahan data dan analisis terhadap hasil tersebut.

### **Bab 6 – Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, pada bab 6 ini disampaikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, dalam bab ini juga berisi saran kepada pihak manajerial dan peneliti selanjutnya.