

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi seperti internet atau teknologi lainnya telah mampu merubah proses transaksi finansial menjadi lebih baik. Pengguna internet sudah memberi kontribusi yang besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang perbankan. Kontribusi ini salah satunya dapat kita lihat melalui nasabah yang melakukan transaksi melalui situs internet. Saat ini nasabah dapat menggunakan situs internet sebagai salah satu alat bantu mereka dalam bertransaksi finansial. Nasabah dapat dengan mudah memproses layanan jasa secara otomatis tanpa bertemu langsung secara personal saat melakukan transaksi finansial. Jenis teknologi yang seperti inilah yang sekarang banyak digandrungi oleh sebagian masyarakat untuk mempermudah bertransaksi finansial demi memenuhi kebutuhan mereka serta mempercepat kinerja mereka sehari-hari.

Dunia perbankan telah mengembangkan berbagai layanan jasa yang aman dan terpercaya serta mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang semakin berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup nasabah. Salah satu bentuk layanan jasa yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *internet banking*. *Internet banking* dapat disebut sebagai penyedia informasi dan jasa oleh bank kepada nasabah. Melalui

*internet banking*, suatu bank dapat dikatakan telah mengalami perkembangan dalam sektor jasa.

Bank yang ada di Indonesia, baik bank swasta maupun pemerintah telah menyelenggarakan layanan jasa berupa *internet banking* antara lain BCA, BRI, Bank Mandiri, Bank CIMB Niaga, dan BNI. *Internet banking* pada bank-bank tersebut sudah pada tahapan transaksional, bukan lagi pada tahap informasional sebagaimana telah dimiliki oleh hampir semua bank. Sejalan dengan semakin banyaknya pengguna *internet banking* di masa yang akan datang, maka akan menimbulkan ketatnya persaingan antar bank dan diperkirakan akan semakin banyak bank yang akan mengadakan layanan jasa *internet banking* di Indonesia.

Survei dalam Top Brand merupakan salah satu ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja berbagai merek yang ada di Indonesia. *Brand Index* dihitung dengan menggunakan 3 parameter yakni merek yang paling mudah saat mengingat, merek yang terakhir dibeli serta merek yang akan dipilih di masa yang akan datang. Pada kategori E-Channel terdapat 4 bank konvensional yang berhasil menembus nominasi Top Brand.

TABEL 1.1  
TOP BRAND INDEX KATEGORI E-CHANNEL  
TAHUN 2013-2016 DI INDONESIA

NO	MEREK	TAHUN			
		2013	2014	2015	2016
1	Klik BCA	51.1%	53.7%	60.2%	54%
2	Internet Banking Mandiri	25.2%	20.2%	16.9%	20%
3	Internet Banking BRI	7.9%	10.6%	8.5%	9%
4	BNI Internet Banking	9.7%	9.6%	11.5%	6.3%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa BNI merupakan salah satu bank yang mengimplementasikan pengguna sistem *internet banking* pada layanan jasa perbankan. Pada tahun 2014 terjadi sedikit penurunan pengguna *internet banking* BNI, namun tidak menjadi masalah karena hanya turun 0,1% saja. Pada tahun 2015 terjadi peningkatan cukup signifikan hingga 11,5% akan tetapi pada tahun berikutnya yakni tahun 2016 menurun tajam hingga 6,3%. Banyak faktor yang menyebabkan nasabah mulai berkurang dalam menggunakan *internet banking* BNI, namun yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor kualitas yang dirasa dan biaya peralihan.

Survei MARS Indonesia menyatakan bahwa 1.710 nasabah di 5 kota besar di Indonesia termasuk Surabaya, sebanyak 34,7% yang memakai *internet banking*. Walaupun sudah banyak masyarakat yang menggunakan *internet banking*, akan tetapi berdasarkan survei Sharing Vision nilai transaksi BNI yang paling sedikit dalam *internet banking* dibandingkan dengan BCA, Bank Mandiri dan BRI yakni sebesar 38 triliun.

PT BNI Tbk melakukan program Rejeki BNI Taplus (RBT) pada tahun 2017 sebagai apresiasi kepada nasabah yang telah loyal terhadap produk dan jasa BNI. Salah satu skema dalam program ini yaitu memberikan hadiah bagi nasabah yang melakukan transaksi menggunakan *internet banking*. Program ini merupakan program tahunan BNI yang dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan loyalitas nasabah (Direktur Treasury dan Internasional BNI Panji Irawan dalam Sindo News, 2017). Setiap tahun BNI menyelenggarakan program RBT untuk meningkatkan loyalitas nasabah, maka dapat dikatakan bahwa loyalitas nasabah

merupakan hal yang penting dalam menunjang keberhasilan suatu bisnis perbankan. Dengan hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan *internet banking* BNI.

Banyak sekali faktor yang dapat menimbulkan nasabah menjadi tertarik sehingga selanjutnya timbul rasa loyal dalam menggunakan *internet banking*. Mulai dari kepuasan layanan, dilihat dari segi keamanan, kemudahan dalam bertransaksi dan lain sebagainya. Akan tetapi, yang paling menarik untuk diteliti adalah faktor kualitas yang dirasa. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan antar bank semakin tinggi. Ketika layanan, keamanan serta lokasi bank yang dekat telah membuat nasabah merasa puas dan loyal, maka selanjutnya yang dicari oleh nasabah adalah kualitas yang dirasa saat menggunakan *internet banking*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah terhadap penggunaan *internet banking* adalah biaya peralihan. Biaya peralihan disini yang dimaksud adalah biaya yang dikorbankan oleh nasabah apabila nasabah memutuskan untuk berpindah ke bank lain. Biaya peralihan dapat disebut sebagai biaya yang hilang ditambah dengan denda-denda keuangan dan biaya lainnya yang berhubungan dengan pencarian, evaluasi maupun biaya ketika menggunakan layanan *internet banking*. Dengan memanfaatkan biaya peralihan ini, bank dapat menurunkan persaingan, membangun keunggulan yang kompetitif dan mendapatkan keuntungan. Dengan biaya peralihan ini, bank dapat mengunci nasabah agar tidak berpindah ke bank lain.

Kenyamanan merupakan salah satu faktor penting dalam bertransaksi finansial menggunakan *internet banking*. Mengingat transaksi finansial ini melalui sistem online sehingga uang tidak tampak secara langsung, maka faktor kenyamanan ini sangatlah penting. Kenyamanan merupakan sejauh mana nasabah merasa mudah dan tidak merasa khawatir ketika menggunakan *internet banking*. Kenyamanan dapat memberikan nilai tambah bagi nasabah yang menggunakan *internet banking* (Yen-Jo Kiang, 2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu maka penelitian ini mencoba untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna *internet banking* BNI berkurang. Adapun judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas yang Dirasa, Biaya Peralihan, Kenyamanan, Kepuasan dan Nilai yang Dirasa terhadap Loyalitas Nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas yang dirasa berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah *internet banking* BNI di Surabaya?
2. Apakah kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai yang dirasa nasabah *internet banking* BNI di Surabaya?
3. Apakah biaya peralihan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya?

5. Apakah nilai yang dirasa nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, berikut ini merupakan penjelasannya:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas yang dirasa terhadap kepuasan nasabah *internet banking* BNI di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kenyamanan terhadap nilai yang dirasa nasabah *internet banking* BNI di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya peralihan terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya.
5. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dirasa nasabah terhadap loyalitas nasabah *internet banking* BNI di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat, berikut ini merupakan penjelasannya:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi referensi dan masukan dalam pengembangan sistem bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang loyalitas nasabah yang menggunakan *internet banking* BNI yang ada di Surabaya.

## 2. Bagi BNI

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi sebagai bahan untuk evaluasi agar mendapatkan nasabah dengan loyalitas tinggi, serta dapat menciptakan strategi pemasaran bank agar *internet banking* BNI selalu menjadi andalan masyarakat dalam bertransaksi finansial.

## 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian, serta dapat digunakan sebagai penambahan koleksi perpustakaan di STIE Perbanas Surabaya.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun oleh peneliti secara rinci dan sistematis dengan maksud agar mudah untuk dibaca dan dipahami oleh pembaca atau peneliti selanjutnya. Berikut ini beberapa uraian sistematika dalam penulisan adalah sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai keseluruhan tentang segala sesuatu yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang segala sesuatu yang terkait penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian ini.

#### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

