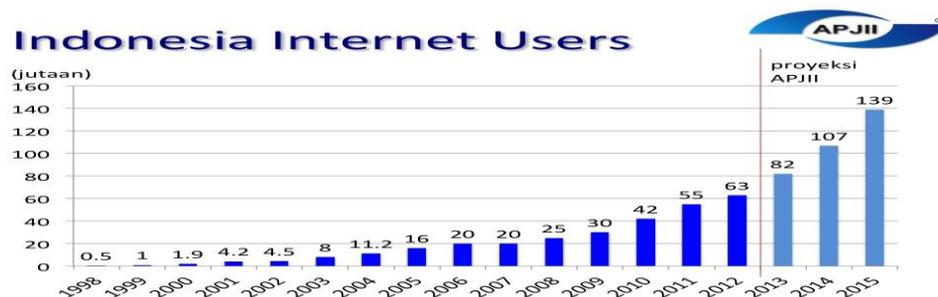


BAB. I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha Teknologi Informasi (TI) lainnya yang global. Jadi terdapat kebutuhan yang nyata bagi para manajer bisnis dan praktisi bisnis untuk memahami bagaimana mengelola fungsi organisasi yang penting ini. Mengelola sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis modern perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis. Teknologi informasi berkembang dengan pesatnya dan mempermudah kehidupan manusia dalam banyak hal, salah satu contohnya adalah internet. Internet merupakan jaringan yang tersusun atas jaringan lainnya yang membantu perpindahan data serta informasi melalui media elektronik.



Sumber : Survei APJII, 2014

Gambar 1.1 Populasi Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan dari grafik diatas, survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 71,19 juta pengguna, meningkat 13% dibandingkan dengan tahun 2012 yang mencapai sekitar 63 juta pengguna, dan meningkat lagi menjadi 107 juta pada tahun 2014, lalu diperkirakan akan meningkat menjadi 139 juta pengguna pada tahun 2015.

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian adalah *Internet Banking*. Kemajuan dibidang teknologi ini akan mempermudah nasabah untuk bertransaksi dimanapun mereka berada tanpa perlu harus mengantri panjang untuk melakukan transaksi dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini yaitu dengan bertransaksi melalui *Internet Banking* atau yang lebih dikenal *E-Banking*.

E-banking adalah salah satu sektor yang paling dramatis terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi perbankan. Berbagai jenis teknologi yang diciptakan diantaranya meliputi *kartu ATM (Automatic Teller Machine)*, *kartu kredit*, dan adanya layanan untuk mempermudah transaksi melalui telepon dengan *phone banking*, *sms banking* dan *internet banking*. *E-banking* adalah media yang ideal untuk melakukan kegiatan perbankan karena potensi penghematan biaya dan merupakan salah satu layanan bagi para nasabahnya demi mencapai kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Salah satu bank yang menggunakan *E-Banking* adalah PT Bank Maybank Indonesia Tbk. PT Bank Maybank Indonesia Tbk (“Maybank Indonesia” atau

“Bank”) adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang merupakan bagian dari grup Malayan Banking Berhad (Maybank), salah satu grup penyedia layanan keuangan terbesar di ASEAN. Sebelumnya, PT Bank Maybank Indonesia Tbk bernama PT Bank Internasional Indonesia (BII) yang didirikan pada 15 Mei 1959, mendapatkan izin sebagai bank devisa pada 1988 dan mencatatkan sahamnya sebagai perusahaan terbuka di bursa efek Jakarta dan Surabaya (sekarang telah *merger* menjadi Bursa Efek Indonesia) pada 1989.

E-Banking Bank Maybank Indonesia (d/h Bank Internasional Indonesia) dimulai pada tahun 1998 memiliki 1.465 ATM termasuk *Cash Deposit Machine* di seluruh Indonesia, dan terkoneksi dengan lebih dari 20.000 ATM yang tergabung dalam jaringan ATM PRIMA, ATM BERSAMA, ALTO, CIRRUS, dan jaringan MEPS Malaysia. Semuanya terhubung dengan 3.500 ATM Maybank di Malaysia, dan Singapura. Selain ATM, Maybank Indonesia juga memiliki Internet Banking yang dapat diakses melalui beragam *internet browser*. Internet Banking Maybank Indonesia (d/h Bank Internasional Indonesia) memungkinkan nasabah untuk melakukan transfer online ke lebih dari 80 bank yang tergabung dalam ATM BERSAMA, Semua hal tersebut dilakukan Maybank Indonesia untuk mewujudkan visi mereka sebagai “*The most connected transaction Bank*”. Berikut ini adalah perkembangan jumlah nasabah dari Maybank KCP Green Garden tahun 2013-2015.

Tabel 1.1. Persentase Jumlah Pengguna E-Banking Terhadap Jumlah Nasabah

Tahun	Jumlah Nasabah (orang)	Perkembangan (%)
2013	365	-
2014	293	-19,73
2015	411	40,27

Sumber : Maybank KCP Green Garden, 2016

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2013-2014 terjadi penurunan jumlah nasabah PT. Bank Maybank Indonesia KCP Green Garden sebesar 19,73% dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2015 sebesar 40,27%. Hal ini menarik untuk diteliti apa yang menyebabkan nasabah Maybank Green Garden mengalami penurunan dan peningkatan jumlah pengguna *E-Banking* di Indonesia tidak berbanding lurus dengan adanya penurunan jumlah nasabah di Maybank Green Garden. Seharusnya pengaruh *E-Banking* berbanding lurus dengan penambahan jumlah nasabah. Terjadinya penurunan bisa terjadi juga karena tidak puasnya nasabah.

Penyedia layanan *E-Banking* tidak hanya dilakukan oleh Maybank Indonesia saja, banyak bank yang juga ikut menggunakan layanan *E-Banking* guna meningkatkan *value* bank dan bertahan hidup dalam dunia perbankan. Hal tersebut membuat Maybank Indonesia meningkatkan lagi kualitas layanan demi unggul dalam persaingan, dan menjadi faktor yang sangat penting untuk *e-commerce* yang sukses. Selain kualitas layanan, kepuasan nasabah adalah tolak ukur terwujudnya suatu loyalitas nasabah. Karena dengan kepuasan nasabah kita dapat mengetahui perasaan senang dan kecewa yang muncul setelah mereka mendapatkan hasil yang lebih dari yang mereka harapkan. Meningkatkan kepercayaan antara bank dengan nasabah menjadi suatu keharusan, karena

kepercayaan merupakan hal utama yang mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi, apabila kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank kecil, maka nasabah akan lebih memilih untuk tidak melakukan transaksi di bank tersebut dan akan pindah ke bank yang lainnya.

Dengan meningkatkan Kualitas layanan, kepuasan nasabah dan kepercayaan, nasabah akan menjadi puas dengan layanan yang diberikan oleh bank, dan menjadi jaminan nasabah lainnya akan semakin banyak yang datang. Namun membuat nasabah yang datang menjadi nasabah yang loyal terhadap bank tersebut menjadi kunci untuk bertahan hidup di dunia perbankan. Oleh Karena itu jika kualitas layanan yang baik dan kepuasan dari harapan keduanya terpenuhi, maka akan tercipta kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking*, Kepuasan Nasabah, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Maybank KCP Green Garden”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian ini meliputi :

1. Fasilitas E-banking sangat berpengaruh oleh jaringan internet, apabila jaringan internet yang digunakan sedang mengalami gangguan, hal tersebut menyebabkan jaringan E-banking akan ikut mengalami gangguan.

2. Terbatasnya limit transaksi transfer antar bank khususnya untuk nasabah individu yang menyebabkan transaksi nasabah menjadi terganggu apabila nasabah tersebut ingin melakukan transfer dalam jumlah besar.
3. Adanya pemberitaan berbagai kasus yang terjadi mengenai kurangnya keamanan untuk bertransaksi melalui E-banking, sehingga dapat terjadinya pembobolan dana nasabah, hal tersebut menyebabkan nasabah menjadi kurang percaya terhadap keamanan bertransaksi di E-banking.
4. Banyaknya pesaing (competitive) yang menawarkan jasa pelayanan yang sama. Hal tersebut menyebabkan banyak nasabah yang akan mencari pelayanan yang lebih berkualitas.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Atas dasar masalah – masalah tersebut diatas maka penulis dalam penelitian ini melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya membatasi tentang permasalahan mengenai pengaruh kualitas layanan E-banking, kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden.
2. Berdasarkan pada hal – hal tersebut diatas maka penulis melakukan pembatasan masalah pada tanggapan nasabah terhadap system dan fasilitas E-banking Maybank (Maybank ATM, Maybank2u App, Maybank2u, Maybank SMS + Banking, Cash Deposit Machine dan Bill Payment) khususnya di Maybank KCP Green Garden tentang

kualitas layanan dari fasilitas E-banking Maybank sehingga mereka dapat merasa puas, percaya dan loyal terhadap fasilitas tersebut.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang sudah disampaikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan *E-banking* Maybank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Maybank KCP Green Garden?
2. Apakah kualitas layanan *E-banking* Maybank berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaannya?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaan *E-banking* Maybank?
4. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaan *E-banking* Maybank?
5. Apakah kualitas layanan *E-banking*, kepuasan nasabah dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden?
6. Faktor manakah diantara kualitas layanan *E-banking*, kepuasan dan kepercayaan nasabah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *E-banking* Maybank terhadap kepuasan nasabah Maybank KCP Green Garden.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *E-banking* Maybank terhadap kepercayaan nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaannya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaan *E-banking* Maybank.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaan *E-banking* Maybank.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *E-banking*, kepuasan nasabah dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden.
6. Untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah Maybank KCP Green Garden dalam penggunaan *E-banking*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan :

1. Bagi Perusahaan.

- a. Dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam untuk mengambil suatu kebijakan atau strategi perusahaan.
- b. Menumbuhkan kesadaran bagi pelaku usaha untuk melakukan persaingan usaha yang memiliki keunggulan bersaing.
- c. Sebagai bahan untuk mengevaluasinya.

2. Bagi Pembaca.

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi, khususnya bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian dengan kajian yang sama.
- b. Dapat dijadikan dasar sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Penulis.

Untuk menambah referensi serta wawasan bagi pembaca yang nantinya bisa menjadi informasi yang berguna dan diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data tambahan dan dokumentasi guna melengkapi sarana yang diperlukan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak – pihak yang berkepentingan.