

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia telah memasuki era industri 4.0 yang semula merupakan dunia fisik kini menjadi dunia digital. Masyarakat dari seluruh belahan dunia telah dimudahkan dalam segala aktivitasnya karena segala kebutuhan dapat terlayani hanya dalam satu gengaman melalui gadget. Dalam dunia perbankan, digitalisasi merupakan hal yang wajib dilakukan supaya dapat bersaing dan dapat melayani kebutuhan nasabah secara mudah, cepat, nyaman, aman dan akurat. Dengan adanya digitalisasi maka dapat mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat menjadi digital. Digitalisasi mampu memberikan manfaat bagi perbankan salah satunya adalah penghematan biaya sebagai bentuk investasi jangka panjang karena perbankan dapat memperluas pasar dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga dapat mengurangi biaya investasi gedung dan bangunan.

Jumlah uang elektronik yang beredar pada bulan Juni 2021 sebesar Rp 511,254,525 mengalami peningkatan yang semula sebesar Rp 432,281,380 pada Desember tahun 2020. Data tersebut berasal dari Bank Indonesia yang diunduh dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx> pada tanggal 1 Juni 2021. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku masyarakat Indonesia saat ini telah berubah ke arah yang lebih digital sehingga perbankan harus terus melakukan berbagai perubahan digital supaya dapat terus bersaing dengan perusahaan dan industri lain. Kemudian berdasarkan berita dari CNBC Indonesia yang diunduh pada tanggal 20 Februari 2021 pada tahun 2019 menyatakan bahwa 2.400 kantor cabang perbankan ditutup, sedangkan pembukaan kantor cabang baru hanya 1.100, sehingga dalam satu tahun terdapat 1.300 kantor cabang yang hilang.

Digitalisasi pada perbankan bertujuan untuk memenuhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tersebut akan berdampak terhadap loyalitas nasabah pada suatu perbankan. Kepuasan nasabah dapat diukur dari layanan digital perbankan yang diberikan. Apabila perbankan dapat memberikan layanan digital yang cepat, mudah, aman, nyaman kemudian tersedia berbagai macam pilihan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan nasabah, maka dapat dikatakan bahwa perbankan dalam kategori telah mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Sehingga yang harus dilakukan perbankan saat ini adalah fokus untuk memberikan kepuasan tertinggi pada nasabah sehingga terjadi penggunaan layanan digital secara berulang yang akan berdampak pada keuntungan perbankan.

Berdasarkan Lovelock (2011) kualitas layanan yang dikelola dengan baik dalam industri perbankan akan berakibat pada kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan hasil dari evaluasi mengenai persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila persepsi nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan menimbulkan suatu kepuasan, demikian sebaliknya apabila persepsi nasabah tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka dapat dikatakan nasabah tidak memiliki kepuasan terhadap pelayanan tersebut. Metode *E-Servqual* dikembangkan oleh Parasuraman *et al* (2005) yang dapat digunakan oleh konsumen untuk menilai kualitas layanan elektronik. Menggunakan metode *Systematic Literature Reviews* yang dikembangkan oleh Kitchenham *et al* (2009), dimensi *E-Servqual* itu sendiri terdiri dari *Efficiency, fulfillment, reability, Privacy, Responsiveness, compensation* dan *contact*. Berdasarkan penelitian Raza *et al* (2020) dimensi *E-Servqual* terdiri dari *Efficiency, Reliability, Responsiveness, user friendliness, Personal Needs, site organization*. Berbeda pula dengan dimensi pada penelitian Baber (2019) yang terdiri atas *efficient and reliable service, Fulfilment, Security/Trust, site aesthetic, Responsiveness, Ease of Use, shariah compliance information*. Penelitian yang lain menyebutkan bahwa *Efficiency-system availability, assurance-Fulfilment, Privacy, contact-Responsiveness, website aesthetic and guide* merupakan dimensi pengukuran *E-Servqual* Ariff *et al.*, (2012). Kemudian menurut Zavareh *et al* (2012) *E-Servqual* terdiri dari *efficient &*

reliable service, Fulfilment, Security/Trust, site aesthetic, Responsiveness/contact, Ease of Use. Javed et al., (2018) menyatakan pula bahwa *Reliability, Responsiveness, Privacy, Efficiency, Fulfilment, assurance, empathy* merupakan dimensi-dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur *E-Servqual*. Menurut penelitian Safi'i (2018) dimensi *E-Servqual* terdiri dari *Fulfilment, Responsiveness, compensation, Efficiency, system availability, Privacy, contact*. Penelitian Fanny et al (2014) dimensi *E-Servqual* yaitu *Reliability, Responsiveness, assurance, empathy, tangibles*. Selanjutnya *Efficiency, Reliability, Responsiveness, Conveniency, Easy to Operate, Assurance and Security* merupakan dimensi *E-Servqual* dalam penelitian Rosyid et al (2019). Penelitian Trisnawati & Fahmi (2017) menyebutkan dimensi *E-Servqual* meliputi *Efficiency, fulfillment, Reliability, dan Privacy*. Penelitian Erwin & P (2016) menyatakan *Efficiency, Reliability, fulfillment, Privacy, Responsiveness, contact, compensation, site aesthetic, Ease of Use* merupakan dimensi *E-Servqual*.

Berdasarkan 10 jurnal yang telah disebutkan diatas kemudian penulis melakukan seleksi berupa jurnal penelitian pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* yang bernilai positif signifikan dan terdapat indikator. Penelitian Raza et al (2020) dimensi *E-Servqual* terdiri dari *Efficiency, Reliability, Responsiveness, Personal Needs, site organization* secara keseluruhan masing-masing variabel bernilai positif signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Berdasarkan Zavareh et al (2012) hanya variabel *Security/Trust, site aesthetic* dan *Ease of Use* yang bernilai positif signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Menurut Trisnawati & Fahmi (2017) terdapat 4 variabel yang positif signifikan terhadap *E-Satisfaction* yaitu *Reliability, Efficiency, Privacy, Fulfilment*. Sehingga dapat disimpulkan dimensi baru *E-Servqual* khusus perbankan yaitu *Efficiency, Reliability, Responsiveness, Personal Needs, Site organization, Fulfilment, Security/Trust, Ease of Use, Privacy*.

Penelitian pustaka yang telah dilakukan penulis di alinea sebelumnya menunjukkan bukan hanya dimensi kualitas layanan berbeda antar satu penulis dengan penulis yang lain, tetapi juga indikatornya. Melalui penelitian pustaka

ini, penulis bermaksud untuk melakukan pengujian *E-Servqual* baru yang khusus digunakan untuk layanan digital perbankan dengan *E-Satisfaction*. Harapannya, hasil penelusuran pustaka dan pengujian ini mampu menghasilkan dimensi dan indikator yang komprehensif untuk *E-Servqual* khusus/khas untuk kualitas layanan perbankan beserta pengaruhnya.

Hasil penelitian Trisnawati & Fahmi (2017) menunjukkan bahwa keempat variabel *E-Servqual* yang terdiri dari *reability*, *Efficiency*, *Privacy*, dan *fulfillment* berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Sinarmas *mobile banking*. Faktor yang mempengaruhi variabel *Reliability* mempunyai pengaruh terkuat terhadap kepuasan nasabah dikarenakan Sinarmas *Mobile Banking* atau *SimobiPlus* mampu memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Namun berdasarkan hasil penelitian Zavareh et al (2012) hanya variabel *Security/Trust*, *site aesthetics*, *Ease of Use* dari *internet banking* yang memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel *Efficiency & Fulfilment* memiliki pengaruh yang negatif terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian Raza et al (2020) kualitas layanan digital berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dapat dilihat dari seluruh variable yang dimiliki yang terdiri dari *Efficiency*, *Reliability*, *Responsiveness*, *user friendliness*, *Personal Needs & site organization* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sejak dahulu PT. Bank Rakyat Indonesia merupakan bank yang identik dan terkenal sebagai bank pedesaan yang dimana banyak nasabahnya merupakan masyarakat pedesaan yang dapat dikatakan belum melek teknologi digital. Namun saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia telah memperluas ekspansinya ke cabang-cabang yang ada diperkotaan (Ramadhani, 2019). Berdasarkan data dari *Top Brand Index* menunjukkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia belum mampu sepenuhnya menarik minat nasabahnya dalam menggunakan layanan digital perbankan.

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Mobile Banking tahun 2021

| Brand | TBI 2021 | Kategori |
|--|-----------------|-----------------|
| m-BCA | 47.5% | <i>Top</i> |
| BRI <i>Mobile</i> | 17.0 % | |
| BNI <i>Mobile</i> | 14.0 % | |
| <i>m-Banking</i> Mandiri | 12.9 % | |
| CIMB Niaga <i>Mobile</i> | 4.1 % | |
| *Kategori <i>online</i> dan <i>offline</i> | | |

Sumber: *topbrand-award.com*

Tabel 1.2 Top Brand Award Kategori Internet Banking tahun 2021

| Brand | TBI 2021 | Kategori |
|--|-----------------|-----------------|
| Klik BCA | 40.2% | <i>Top</i> |
| <i>Internet Banking</i> BRI | 17.0 % | |
| <i>Internet Banking</i> Mandiri | 15.9 % | |
| BNI <i>Internet Banking</i> | 15.8 % | |
| BII <i>Internet Banking</i> | 2.5 % | |
| *Kategori <i>online</i> dan <i>offline</i> | | |

Sumber: *topbrand-award.com*

Berdasarkan data diatas, layanan digital perbankan PT. Bank Rakyat Indonesia belum menjadi *Top Brand Index* utama karena masih jauh di bawah PT. Bank Central Asia. Bank BRI khususnya unit Tlogosari memiliki tantangan kerja yang besar dalam mengubah kebiasaan transaksi nasabah dari transaksi konvensional menjadi transaksi yang memanfaatkan layanan digital melalui BRI *Mobile* maupun *Internet Banking*. Berikut penggunaan fasilitas *E-Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari pada tahun 2022.

Tabel 1.3 Prasurvey 52 Nasabah Pengguna Layanan Digital PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari Tahun 2022

| Fasilitas Layanan Digital | Jumlah Yang Menggunakan (Orang) | Jumlah Yang Tidak Menggunakan (Orang) | Jumlah Yang Tidak Menjawab (Orang) |
|----------------------------------|--|--|---|
| <i>Brimo</i> | 29 | 20 | 3 |
| <i>Brizzi</i> | 18 | 29 | 5 |
| <i>SMS Banking</i> | 17 | 30 | 5 |
| <i>QRIS</i> | 7 | 40 | 5 |
| <i>Brimola</i> | 0 | 46 | 6 |
| <i>Mocash</i> | 0 | 47 | 5 |
| <i>BRI Smart Billing</i> | 0 | 46 | 6 |
| <i>IBIZ</i> | 0 | 46 | 6 |

Sumber : Data primer PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dari 52 penggunaan layanan digital PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari didominasi oleh *Brimo* sebesar 29 nasabah, kemudian pengguna *Brizzi* sebesar 18 nasabah, *SMS Banking* 17 nasabah dan *QRIS* 7 nasabah. Jumlah nasabah yang menggunakan *Brimo* sebanyak 29 orang, lebih banyak daripada nasabah yang tidak menggunakan *Brimo* yaitu 20 orang. Sedangkan untuk *Brizzi*, *SMS Banking*, *QRIS* lebih banyak nasabah yang tidak menggunakan produk digital daripada nasabah yang menggunakan produk digital. Sedangkan untuk *Brimola*, *Mocash*, *BRI Smart Billing* tidak ada nasabah yang menggunakan. Dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari lebih berfokus pada layanan digital *Brimo*, *Brizzi*, *SMS Banking* & *QRIS*.

Tabel 1.4 Alasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari Dalam Menggunakan & Tidak Menggunakan Layanan Digital

| Menggunakan Layanan Digital | Jumlah (Orang) | Tidak Menggunakan Layanan Digital | Jumlah (Orang) |
|-----------------------------|----------------|---|----------------|
| Cepat | 19 | Tidak mengetahui produk tersebut baik fitur, kegunaan & manfaat | 17 |
| Mudah | 21 | Produk lambat dalam mengakses & merespon fitur (Lemot) | 6 |
| Fleksibel | 11 | Sulit dibuka / sulit digunakan | 11 |
| Nyaman | 13 | Merasa kurang aman | 2 |
| Aman | 12 | Produk belum sesuai kebutuhan | 16 |
| Tersedia Layanan 7 x 24 jam | 1 | Baru mengetahui produk tersebut | 1 |
| Kebiasaan | 1 | Belum memahami aplikasi | 1 |
| | | Belum ingin menggunakan layanan digital | 1 |
| | | Tidak ingin menggunakan layanan digital | 1 |
| | | Saya nasabah simpan-pinjam sehingga tidak menggunakan layanan digital | 1 |

Sumber : Data primer PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 Alasan nasabah dalam menggunakan produk-produk digital dari PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari yaitu Mudah dijawab oleh 21 nasabah, 19 nasabah memilih Cepat, sebanyak 13 nasabah menyatakan Nyaman, 12 nasabah menyatakan Aman, Fleksibel dijawab oleh 11 nasabah, 1 nasabah menjawab Tersedia layanan 7 x 24 jam dan 1 nasabah menjawab Kebiasaan. Alasan nasabah tidak menggunakan produk-produk layanan digital yaitu sebanyak 17 nasabah tidak mengetahui produk layanan digital tersebut baik fitur, kegunaan & manfaat, 16 nasabah menjawab produk layanan digital belum sesuai dengan kebutuhan nasabah, 11 nasabah kesulitan dalam membuka & menggunakan layanan digital, 6 nasabah merasa produk digital lambat dalam mengakses & merespon fitur (Lemot), 2 nasabah merasa kurang aman terhadap layanan digital, 1 nasabah baru mengetahui produk tersebut, 1 nasabah belum memahami aplikasi, 1 nasabah belum ingin menggunakan layanan digital, 1 nasabah tidak ingin menggunakan layanan digital, 1 nasabah menyatakan bahwa nasabah simpan-pinjam sehingga tidak menggunakan layanan digital. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan tersebut penulis mencoba meneliti dengan judul *PENGARUH E-SERVQUAL TERHADAP E-SATISFACTION NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT TLOGOSARI*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari atas layanan digital jasa perbankan ?
3. Bagaimana pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian :

1. Mengetahui layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari
2. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari atas layanan digital jasa perbankan
3. Mengetahui pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari

Manfaat Penelitian :

1. Bagi Akademisi. Penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan dan wawasan mengenai layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari. Wawasan dan pengetahuan mengenai kepuasan nasabah atas layanan digital perbankan, mengetahui pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau acuan untuk penelitian dengan topik yang seragam.
2. Bagi Praktisi. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan dalam menilai pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari