

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis terus berkembang dari waktu ke waktu. Lingkungan bisnis pun mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Salah satu penyebabnya adalah perekonomian yang telah memasuki era globalisasi. Setiap pelaku bisnis berharap bisa menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena sebuah perusahaan dapat dikatakan berjalan baik apabila perusahaan tersebut dapat secara terus menerus melakukan aktivitasnya dalam kurun waktu yang cukup lama. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis harus mampu menganalisis strategi-strategi yang bisa digunakan untuk menunjang kelangsungan perusahaan dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Persaingan bisnis ini juga merambah industri perbankan baik bank skala regional, nasional maupun internasional.

Menurut ketentuan Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, perbankan adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu pihak yang menghubungkan mereka yang kelebihan (surplus) finansial dan mereka yang kekurangan (defisit) finansial. Fungsi intermediasi ini juga merupakan bagian untuk mewujudkan fungsi perbankan Indonesia sebagai *agent of development* (agen pembangunan). Selain itu, industri perbankan juga merupakan salah satu

bisnis yang memberikan pelayanan jasa kepada nasabahnya, seperti tabungan, deposito berjangka, rekening giro, *letter of credit* (L/C) dan lain sebagainya. (Fahmi, 2014).

Bisnis perbankan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan mengimbangi tuntutan kebutuhan jasa perbankan yang semakin meningkat. Seiring dengan maraknya bisnis perbankan semakin banyak pula pilihan jasa perbankan yang bermunculan, tentu saja hal ini menyebabkan masyarakat lebih memiliki banyak alternatif untuk menentukan pilihan yang dapat memberikan kepuasan paling maksimal (Handayani dan Martini, 2015).

Kepuasan dan loyalitas nasabah adalah faktor penting yang menunjukkan keberhasilan perusahaan perbankan. Dengan demikian, perusahaan sebaiknya senantiasa meningkatkan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh cara perusahaan dalam melayani nasabah. Hal ini penting agar mereka dapat merasa aman dan nyaman sehingga akan setia (loyal) terhadap bank tersebut secara terus menerus (Mohmoodi dan Asetmal, 2014).

Persaingan pada industri perbankan cukup ketat karena perbankan merupakan industri yang penawarannya relatif homogen. Apabila tingkat suku bunga merupakan satu-satunya *differentiator* atau pembeda dengan pesaing, maka bank perlu menciptakan diferensiasi lain sehingga dapat bertahan diantara kesesakan persaingan pasar (Anggraeni dan Yasa, 2012). Oleh karena itu, suatu bank harus mampu untuk terus meningkatkan kualitas layanan termasuk layanan elektronik sebagai pembeda dari para pesaingnya demi meningkatkan kepuasan

dan loyalitas nasabah. Perkembangan teknologi dalam dunia perbankan mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat akan kemudahan dalam menggunakan fasilitas dan produk perbankan. Salah satu sektor yang paling terpengaruh oleh perkembangan teknologi adalah *electronic banking (e-banking)*.

E-banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti ATM, *Electronic Data Capture (EDC)*, *Point Of Sales (POS)*, *internet banking*, *Short Message Service (SMS) banking*, *mobile banking (m-banking)*, *electronic commerce (e-commerce)*, *phone banking*, dan *video banking* (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2015:5). Pada zaman yang serba *modern* ini, masyarakat dituntut untuk lebih *flexible* dan peka terhadap perkembangan ilmu dan teknologi. Oleh karena itu, *e-banking* yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi diharapkan dapat menjawab keinginan nasabah untuk memperoleh pelayanan yang cepat, aman, nyaman, murah, tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *handphone*, *smartphone*, komputer, *laptop*, *note book*, dan sebagainya.

Bank memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang baik dan terpercaya, khususnya layanan *online* di industri *e-banking* yang kompetitif. Namun, dibalik kemudahan dan kenyamanan layanan *e-banking* terdapat aspek keamanan karena faktor kepercayaan dan keamanan mempengaruhi adopsi *e-banking* (Kesharwani dan Bisht, 2012).

Penggunaan *e-banking* yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bertransaksi secara bebas, tidak terbatas oleh waktu dan lokasi, memerlukan perhatian besar pada faktor keamanan untuk meminimalisir potensi penyalahgunaan atau *fraud*. Sebagai contoh, meskipun layanan *internet banking* dapat dinikmati oleh nasabah *anytime, anywhere, dan by any device*, tetapi layanan ini juga dilengkapi dengan *One Time Password (OTP)*, yaitu kode yang hanya dapat diperoleh melalui perangkat tertentu yang dimiliki oleh nasabah dan *password*, yaitu sesuatu yang hanya diketahui oleh nasabah (OJK, 2015:3).

Menurut Anggraeni dan Yasa (2012), *e-banking* dapat memberikan lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan risikonya misalnya adalah perluasan usaha. Dahulu setiap bank perlu mendirikan kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu dan kegiatan tersebut tentunya membutuhkan dana yang cukup besar. Namun saat ini, hanya dengan meletakkan sebuah ATM maka eksistensi suatu bank dapat terlihat pada suatu tempat tertentu. Selain itu, terdapat juga *m-banking* yang dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan melalui telepon genggamnya. Sehingga, biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *e-banking* dapat lebih murah jika dibandingkan dengan biaya untuk mendirikan sebuah kantor cabang.

Saat ini, perkembangan teknologi dalam dunia perbankan di Indonesia merupakan potensi besar bagi perusahaan perbankan untuk menarik perhatian nasabahnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan transaksi *e-banking* beberapa bank yang mengalami pertumbuhan signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan data 13 bank besar di Indonesia, frekuensi transaksi melalui *e-banking* pada tahun

2012 sebanyak 3,79 milyar transaksi dengan nilai nominal Rp4.441 triliun, bertambah menjadi sebanyak 4,73 milyar transaksi dengan nilai nominal Rp5.495 triliun pada tahun 2013, pada tahun 2014 meningkat masing-masing menjadi 5,69 milyar transaksi dengan nilai nominal Rp6.447 triliun (OJK, 2015:1).

Tabel I.1
Perkembangan Frekuensi Transaksi *E-banking* pada Beberapa Bank di Indonesia

Jenis <i>Delivery Channel</i>	Frekuensi		
	2012	2013	2014
ATM	2.933.467.577	3.609.206.816	4.179.631.965
EDC	366.350.819	446.148.695	542.400.709
<i>Internet Banking</i>	235.957.566	311.880.376	437.798.960
<i>SMS / Mobile Banking</i>	224.876.666	325.550.038	473.196.941
<i>E-Commerce/ Merchant On-line</i>	2.790.843	3.707.515	7.778.488
<i>Phone Banking</i>	1.375.460	1.401.841	1.393.737
<i>Video Banking</i>	7.684	16.418	28.097
Total Frekuensi Transaksi	3.790.718.984	4.732.508.750	5.686.467.993

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015

Pertumbuhan transaksi *e-banking* diprediksi akan terus meningkat di tahun-tahun berikutnya karena layanan ini memiliki fitur yang menarik dan nyaman digunakan serta memberi kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan seperti transfer antar bank, pembayaran listrik, pembayaran telepon, pembayaran asuransi, pembayaran tiket penerbangan dan pembelian pulsa kartu prabayar. Selain itu, semakin marak *online shop* serta jenis dan jumlah *smartphone* yang semakin bertambah telah memberikan andil yang signifikan dalam pertumbuhan transaksi melalui *e-banking*.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Pangkalpinang merupakan salah satu bank negara ternama di Indonesia saat ini yang menawarkan ragam produk perbankan yang mudah, lengkap dan terjangkau. BRI Cabang Pangkalpinang

selalu memberikan perhatian penuh pada penggunaan layanan elektronik di kalangan nasabah demi memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Berdasarkan data yang diperoleh mengenai jumlah nasabah yang membuka rekening di BRI Cabang Pangkalpinang diperoleh data jumlah nasabah seperti yang tertera pada tabel I.2 berikut:

Tabel I.2
Jumlah Nasabah

No	Tanggal	Jumlah Nasabah
1	Oktober 2015	33.055
2	Desember 2015	33.600
3	Agustus 2016	35.522
4	September 2016	35.830
5	Oktober 2016	36.077

Sumber: Diolah sendiri berdasarkan data BRI Cabang Pangkalpinang, 2017

Jumlah nasabah pada BRI Cabang Pangkalpinang terus meningkat mulai dari 33.055 nasabah pada bulan Oktober 2015, kemudian meningkat pada akhir tahun 2015 dengan 33.600 nasabah. Jumlah nasabah semakin bertambah hingga 36.077 nasabah pada bulan Oktober 2016. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan tersebut terus mengalami pertumbuhan jumlah nasabah dari waktu ke waktu.

Di samping jumlah nasabah BRI Cabang Pangkalpinang yang terus meningkat, kenyataannya pengaduan nasabah mengenai layanan elektronik BRI Cabang Pangkalpinang pun mengalami kenaikan. Jumlah pengaduan nasabah mengenai layanan elektronik BRI Cabang Pangkalpinang tertera pada tabel I.3 berikut:

Tabel I.3
Jumlah Pengaduan Nasabah Mengenai Layanan Elektronik

No	Bulan	Jumlah Pengaduan
1	Agustus 2016	5
2	September 2016	7
3	Oktober 2016	15

Sumber: Diolah sendiri berdasarkan data BRI Cabang Pangkalpinang, 2017

Jumlah pengaduan nasabah mengenai kualitas layanan elektronik terus meningkat mulai dari 5 pengaduan pada bulan Agustus 2016, 7 pengaduan pada bulan September 2016 hingga mencapai 15 pengaduan pada bulan Oktober 2016. Berdasarkan data jumlah pengaduan nasabah mengenai layanan elektronik dapat diasumsikan bahwa BRI Cabang Pangkalpinang belum mampu memenuhi seluruh persepsi nasabah terhadap layanan elektronik yang diberikan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pangkalpinang dengan menganalisis keterkaitan antara kualitas layanan elektronik dengan *Return On Assets* (ROA). Penelitian ini memasukkan kepuasan dan loyalitas nasabah sebagai variabel *intervening* karena untuk menilai ROA yang dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik maka diperlukan penilaian dari nasabah berupa kepuasan dan loyalitas nasabah mengenai kualitas layanan elektronik perusahaan perbankan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap *Return On Assets* (ROA) Dengan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?
2. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?
4. Apakah loyalitas nasabah berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) BRI Cabang Pangkalpinang ?
5. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?
6. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap ROA melalui loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?
7. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap ROA melalui loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi beberapa hal mengenai penelitian ini. Batasan diberikan agar penelitian tidak menyimpang serta dapat diketahui sejauh mana hasil penelitian dapat digunakan. Batasan-batasan yang dipilih adalah sebagai berikut:

1. Konsep kualitas layanan dalam penelitian ini hanya mengenai kualitas

layanan elektronik.

2. Data yang dianalisis hanya data ROA pada BRI Cabang Pangkalpinang.
3. Penulis mengambil tempat penelitian hanya pada BRI Cabang Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai analisis keterkaitan antara kualitas layanan elektronik terhadap *Return On Assets* (ROA) dengan kepuasan dan loyalitas nasabah sebagai variabel *intervening* pada BRI Cabang Pangkalpinang ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang:

1. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.
2. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.
3. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.
4. Pengaruh loyalitas nasabah terhadap ROA BRI Cabang Pangkalpinang.
5. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.
6. Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap ROA melalui loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.
7. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap ROA melalui loyalitas nasabah BRI Cabang Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

a. Kontribusi Praktis

a. PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkalpinang

Di tengah ketatnya persaingan bisnis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai keterkaitan kualitas layanan elektronik dengan ROA melalui kepuasan dan loyalitas nasabah sebagai variabel *intervening* sebagai bahan pertimbangan perusahaan.

b. Universitas Bangka Belitung

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa untuk menambah referensi kepustakaan angkatan selanjutnya dalam penyusunan tugas akhir melalui media ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan materi pembelajaran akuntansi khususnya yang berkaitan dengan ROA.

b. Kontribusi Teoritis

a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis agar dapat mengimplementasikan teori yang digunakan pada saat praktik di lapangan terutama mengenai ROA.

b. Dapat dilakukan perbandingan mengenai teori yang diperoleh dari buku dan perkuliahan dengan pengaplikasian di Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkalpinang.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran secara jelas dan menyeluruh dalam pembahasan penelitian ini, maka dapat diberikan garis besar secara sistematis mengenai isi materi pokok yang akan dibahas pada setiap bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dikemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian mengenai teori *stakeholders*, teori persepsi, pendapat para ahli berupa definisi dari beberapa kutipan buku, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian hasil pengumpulan data dan analisis data penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis dan interpretasi hasil

pengujian untuk membuktikan secara empiris hipotesis yang telah dinyatakan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. Bagian ini menguraikan kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil pengolahan data, keterbatasan-keterbatasan dan saran-saran untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Referensi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada daftar pustaka.

