

BAB 1

PENDAHULUAN

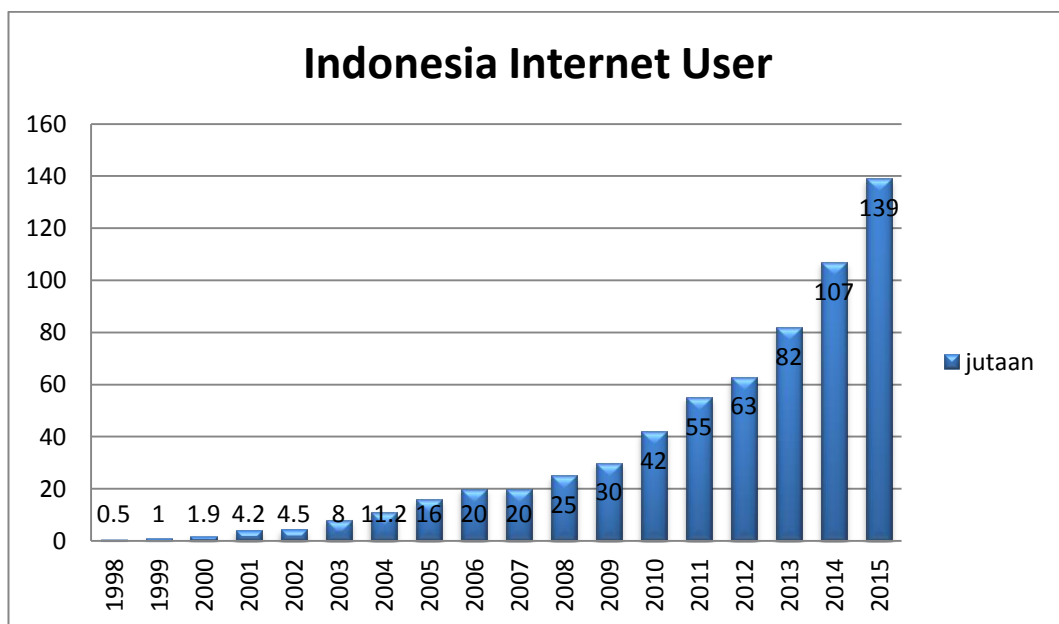
A. Latar Belakang

Teknologi kini sudah menjadi kebutuhan penting dalam operasional bisnis, baik teknologi informasi maupun komunikasi. Arus inovasi teknologi terus berkembang, mulai dari internet hingga sistem telepon yang mampu mempengaruhi dunia bisnis. Teknologi mampu mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan (Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon., 2007: 77). Semakin berkembangnya bidang teknologi, maka akan berpengaruh dan mendukung kemajuan di bidang-bidang lainnya, seperti bidang perbankan.

Perbankan juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menarik nasabah agar menginvestasikan dananya dengan segala kemudahan dan keamanan yang ditawarkannya. Dengan menggunakan teknologi internet perbankan ingin meningkatkan kualitas pelayanannya. Internet adalah inovasi yang memiliki peluang dalam perkembangannya. Layanan berbasis teknologi dikembangkan bank dalam bentuk layanan *Electronic Banking (E-Banking)*. Kemudahan serta efisiensinya membuat *E-Banking* diminati dan mudah diterima oleh nasabah.

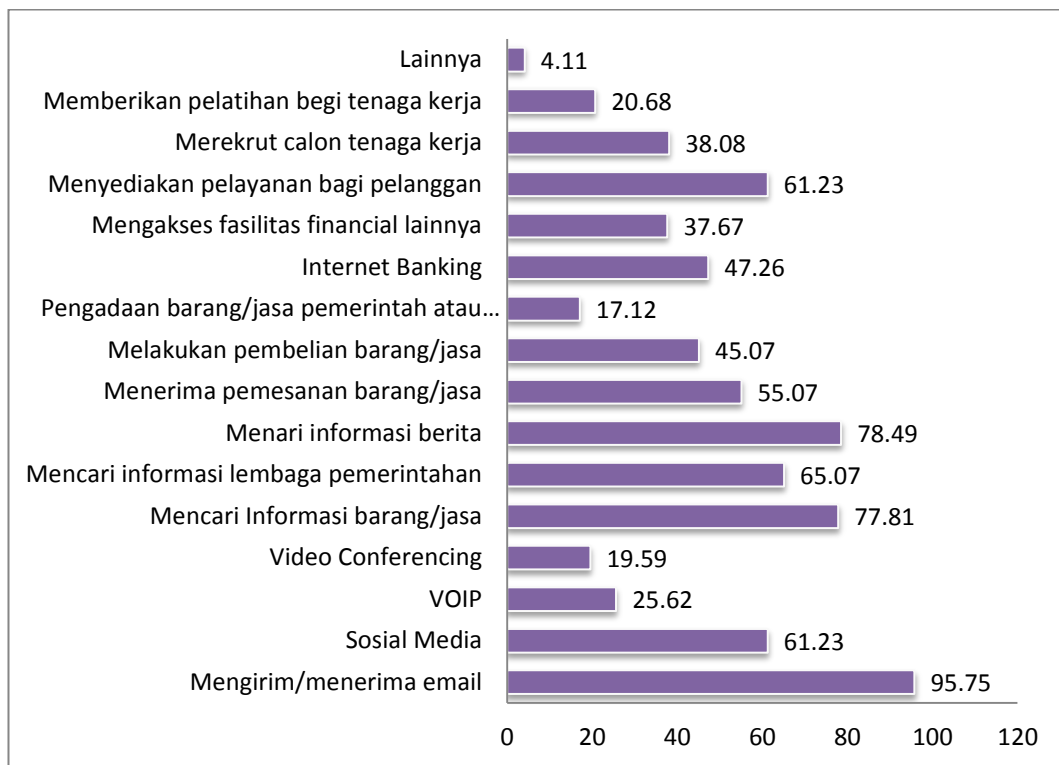
Electronic Banking merupakan jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik. *Internet banking* adalah salah satu produk layanan jasa dari *e-banking*. Penerapan layanan *internet banking* ini

memberikan kemudahan dan berbagai keuntungan untuk nasabah, diantaranya adalah kemudahan mengakses *internet banking* dimana saja dan kapan saja dengan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *hand phone*, komputer, laptop/note book, dan sebagainya. Nasabah dapat mengefisiensikan waktu dan juga biaya. Layanan *internet banking* diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.



Gambar 1.1 perkembangan pengguna aktif internet hingga tahun 2015

Sumber : <http://www.apji.or.id/> (data diolah, 2016)



Gambar 1.2 transaksi yang dilakukan melalui pengguna internet

Sumber : <http://des.net.id> (Data diolah,2016)

Data statistik yang di dapat dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan perkembangan penggunaan internet di Indonesia tahun 2015 pengguna internet Indonesia mencapai 100 juta lebih pengguna aktif. Dari jumlah pengguna aktif internet di Indonesia sekitar 47,26 persen menggunakan layanan internet banking. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang sangat pesat akan berdampak ke berbagai sektor kehidupan, 100 juta pengguna internet merupakan potensi pasar yang besar untuk meningkatkan kualitas layanan *internet banking* sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Perkembangan teknologi yang mendukung kemudahan layanan perbankan menimbulkan persaingan antar bank kini semakin ketat, untuk mempertahankan kesetiaan nasabah memilih suatu bank juga menjadi masalah yang sulit. Kesetiaan nasabah untuk tetap memilih suatu bank dan tidak berpindah ke bank yang lain semakin sulit karena nasabah semakin teliti untuk memilih produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik. Nasabah adalah pelaku utama dalam kegiatan perbankan, karena nasabah adalah sumber penghasilan tetap untuk suatu bank agar tetap bisa beroperasi. Untuk itu diperlukan terobosan untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan yang konsisten agar loyalitas nasabah tetap terwujud dengan tetap menggunakan layanan bank.

Untuk menghadapi persaingan kualitas layanan dan berdampak pada loyalitas nasabah. Loyalitas konsumen (nasabah) secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa (Gina Nadiya Suary, 2014:23). Loyalitas nasabah akan muncul apabila nasabah merasakan manfaat dari layanan yang diberikan bank. Menurut hasil penelitian Reicheld dan Sasser menunjukkan bahwa setiap peningkatan 5 persen pada kesetiaan nasabah dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25 persen–85 persen dan jika peningkatannya hanya 2 persen dapat menurunkan biaya sebesar 10 persen (Philip Kotler, 2000:61).

Dalam upaya mempertahankan nasabah yang sudah dimiliki suatu bank maka selain produk yang ditawarkan, kualitas layanan menjadi hal yang sangat berpengaruh untuk mendapatkan loyalitas nasabah. Kualitas layanan

dapat diukur dengan menggunakan 12 dimensi yaitu: *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding, tangibles, assurance* dan *empathy*) (Danang Sunyoto, 2012: 237).

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia kini semakin pesat. Begitu juga pertumbuhan perbankan syariah di Yogyakarta. Hal itu terlihat dari angka pertumbuhannya yang mencapai sekitar 8 persen hingga Agustus 2015. Angka tersebut berada di atas share rata-rata perbankan secara nasional yang masih dibawah 5 persen (<http://www.tribunjogja.com>). Jumlah bank syariah di Yogyakarta kini sebanyak 23 bank. 12 bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) serta 11 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (<http://www.republika.co.id>). Perbankan syariah memberikan pilihan baru untuk nasabah memilih menginvestasikan dananya.

BSM adalah salah satu bank syariah yang dapat mempertahankan loyalitas nasabahnya selama 3 tahun terakhir, yakni dari tahun 2012-2014 BSM dapat meraih penghargaan dikategori tersebut selama 3 tahun berturut-turut. Kepuasan nasabah juga menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas. Kepuasan nasabah bisa di dapat dari berbagai strategi seperti, kualitas layanan, produk yang sesuai kebutuhan nasabah, kepercayaan juga kemudahan. Salah satu kemudahan yang ditawarkan BSM adalah dengan kehadiran kantor cabang bank, ATM (Anjungan Tunai Mandiri), dan pemanfaatan teknologi informasi dalam rangka mempermudah akses nasabah ke bank.

Layanan *internet banking* kini sudah marak digunakan dikalangan masyarakat. *Internet* maupun *smartphone* kini bukan hal yang susah untuk ditemui di kalangan masyarakat, hampir sebagian besar masyarakat sudah menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat umumnya menyukai hal-hal yang instan, mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Dengan adanya layanan *internet banking* dapat sangat mengefisienkan waktu untuk melakukan transaksi perbankan ataupun pembayaran tagihan-tagihan rumah tangga masyarakat tanpa harus mengantri di bank maupun dikantor-kantor layanan untuk membayar tagihan listrik, air, dan kebutuhan lainnya.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pengaruh dimensi kualitas layanan *internet banking* terhadap loyalitas nasabah khususnya di kalangan mahasiswa UMY karena UMY adalah salah satu universitas yang bekerja sama dengan BSM dan dengan adanya kantor kas yang terletak di kampus UMY dapat mempermudah mahasiswa, dari data APJII 49 persen pengguna *internet banking* mayoritas adalah usia 18-25 tahun dan dapat di dikatakan segmen pasar pengguna layanan *internet banking* adalah mereka. Oleh karena itu penelitian ini akan ditujukan kepada mahasiswa UMY yang termasuk dalam kisaran usia tersebut.

Mahasiswa dapat dikatakan sebagai peluang besar dalam bisnis perbankan meskipun belum memiliki penghasilan tetap namun mahasiswa juga aktif menggunakan layanan perbankan, apalagi mahasiswa yang merupakan perantau dari daerah luar jogja layanan perbankan adalah salah

satu prioritas utama yang diperlukan mahasiswa. Dan juga di dukung dengan gadget atau smartphone yang dimiliki mahasiswa semakin mempermudah mahasiswa untuk menggunakan layanan perbankan berbasis IT salah satunya adalah *internet banking* dengan fasilitas wifi yang ada di UMY tidak sulit untuk mahasiswa mengakses layanan dan bertransaksi melalui *internet banking*.

Dengan uraian latar belakang masalah diatas maka penelitian ini akan membahas tentang “**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI ”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *reliability* seperti kemudahan dan kelancaran dalam mengakses berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?
2. Bagaimana *access* seperti saluran komunikasi dan kemudahan mengakses internet berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?
3. Bagaimana *communication* seperti informasi dalam layanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?

4. Bagaimana *credibility* seperti reputasi bank dalam penyediaan layanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?
5. Bagaimana *security* seperti keamanan fisik maupun financial nasabah berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?
6. Apakah *reliability*, *access*, *communication*, *credibility*, dan *security* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *reliability* seperti kemudahan dan kelancaran dalam mengakses terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *access* seperti saluran komunikasi dan kemudahan mengakses internet terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *communication* seperti informasi dalam layanan *internet banking* terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *credibility* seperti reputasi bank dalam penyediaan layanan *internet banking* terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *security* seperti keamanan fisik maupun financial nasabah terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *reliability*, *access*, *communication*, *credibility*, dan *security* terhadap loyalitas mahasiswa UMY pengguna *internet banking* di Bank Syariah Mandiri.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, sehingga dapat memperkuat teori tentang kualitas layanan jasa dan loyalitas nasabah. Serta dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. Selain itu juga memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan, pengalaman praktis, di bidang lembaga keuangan syariah khususnya di bank syariah. Mengaplikasikan ilmu yang peneliti peroleh baik

yang diperoleh di bangku perkuliahan ataupun dari penelitian ini ke dalam dunia kerja.

b. Bagi lembaga pendidikan

Manfaat penelitian ini bagi lembaga pendidikan yaitu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya, serta sebagai acuan bagi kinerja lembaga pendidikan yang semakin modern.

c. Bagi lembaga keuangan syariah atau instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi, serta dapat bermanfaat untuk perkembangan BSM Yogyakarta maupun lembaga keuangan lainnya untuk memperhatikan kualitas layanan yang berdampak pada loyalitas nasabah. Agar dapat meningkatkan efektifitas, terutama dalam meningkatkan kualitas layanan di BSM Yogyakarta sehingga dapat menarik nasabah baru juga dapat mempertahankan nasabah yang sudah dimiliki.