

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.LATAR BELAKANG**

Salah satu sektor ekonomi yang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pembangunan di suatu negara salah satunya adalah dunia perbankan. Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perkembangan sektor perbankan dewasa ini memberikan manfaat yang begitu besar bagi masyarakat. Selain karena sektor ini memegang peranan penting dalam usaha pembangunan sektor ekonomi, perbankan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya.

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan merupakan lembaga yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat yang memiliki fungsi memperlancar lalu lintas pembayaran, dengan kata lain bank adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit serta jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. (Kasmir, 2005:5). Aktivitas dalam kegiatan bank sebagian besar bidang bergerak di bidang jasa, yang berusaha mencapai keberhasilan dengan mencoba memberikan layanan terbaik bagi masyarakat. Konsumen akhir yang menikmati layanan yang diberikan oleh bank adalah nasabah, yang juga merupakan sumber penghimpunan dana untuk kelangsungan hidup dari bank tersebut.

Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa, bank membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan tersebut, bank harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati-hatian, serta bank juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Masyarakat juga semakin cerdas dalam memilih dan memilah lembaga untuk mengamankan uang mereka yang menimbulkan implikasi bagi bank sebagai salah satu lembaga keuangan untuk memberikan layanan yang dapat memberikan kepercayaan dan rasa aman bagi masyarakat sebagai nasabah mereka. Tipe dan jenis nasabah juga sangat bervariasi dari yang menginginkan pelayanan tercepat hingga pelayanan teraman. Namun ada nasabah yang ingin mendapatkan layanan dengan “lambat”, yang memungkinkan mereka untuk mengenali dan memahami layanan yang diterima. Semua variasi tersebut harus disikapi oleh bank dengan menciptakan layanan yang bervariasi pula.

Salah satu upaya yang dilakukan bank untuk memberikan layanan terbaik bagi para nasabahnya adalah memanfaatkan teknologi informasi yang perkembangannya berbanding lurus dengan pesatnya perkembangan dunia perbankan. Tuntutan nasabah yang selalu menginginkan inovasi layanan menjadi cambuk bagi setiap bank untuk terus menciptakan variasi produk, melakukan pembenahan sumber daya manusia serta mematangkan strategi untuk tetap bertahan dalam persaingan.

Seluruh upaya yang dilakukan tersebut merupakan umpan balik dari tuntutan konsumen yang menghendaki layanan terbaik dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Ekspektasi konsumen yang begitu tinggi dan berubah-ubah terhadap suatu jasa yang hendak diperolehnya dengan jasa aktual yang diperoleh menjadi ukuran bagi performansi pelayanan dari berbagai organisasi jasa (Elum, 2005).

Penerapan layanan bank berbasis teknologi informasi merupakan salah satu kunci keberhasilan bank untuk menghimpun dana dari nasabah. Selain memberikan manfaat bagi perusahaan seperti efisiensi biaya dan waktu, penerapan layanan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi dan aktifitas keuangan bagi para nasabah. Penggunaan teknologi informasi harus mampu menciptakan nilai (*value*) untuk pelanggan. Artinya, persepsi keberhasilan penerapan teknologi informasi di mata pelanggan atau konsumen jauh lebih penting di mata vendor, konsultan, dan pihak manajemen industri.

BNI merupakan salah satu BUMN dan bank pertama yang secara resmi dimiliki oleh negara yang didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, dan merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia memiliki 1.106 cabang dan sentra kredit yang tersebar di seluruh Indonesia dan 5 cabang luar negeri (Singapura, Hongkong, Tokyo, New York dan London), serta perwakilan di beberapa negara di Timur Tengah. Dilengkapi jaringan untuk penyaluran kredit, yaitu 229 sentra kredit kecil, 20 sentra kredit menengah serta 54 cabang syariah. Untuk jaringan

elektronik, BNI memiliki 3.000 ATM ditambah 6.900 ATM LINK dan 10.500 ATM Bersama, serta SMS Banking dan BNI Internet Banking [www.bni.co.id](http://www.bni.co.id) untuk kebutuhan transaksi perbankan dengan puluhan fitur.

Beberapa variasi layanan di dunia perbankan yang menggunakan teknologi informasi yaitu penerapan *electronic banking* atau *E-banking*. Layanan seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *sms banking*, *phone banking* dan *internet banking* merupakan layanan-layanan yang secara umum bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dengan biaya yang relatif murah. Transaksi yang dapat dilakukan tidak hanya seputar penyimpanan atau penarikan dana, namun sekarang telah berkembang begitu pesat. Proses transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan lain sebagainya dapat dilakukan dengan cara yang jauh lebih praktis. Nasabah tidak perlu datang ke bank, namun cukup dengan menggunakan fasilitas *handphone*, internet atau mendatangi ATM terdekat, semua transaksi keuangan yang ingin dilakukan dapat dipenuhi oleh fasilitas *E-banking*. Layanan ini dapat menciptakan kenyamanan dan rasa aman bagi nasabah. Nasabah tidak perlu menunggu lama dalam antrian karena semua transaksi dapat dilakukan dari rumah mereka. Selain itu adanya layanan *E-banking* dapat memangkas biaya yang harus dikeluarkan oleh bank seperti biaya upah tenaga kerja dan biaya variabel lainnya.

Adanya layanan *E-banking* yang disediakan oleh BNI, merangsang nasabah untuk memberikan respon yang positif maupun negatif yang merupakan bagian dari penilaian nasabah terhadap produk dan layanan yang digunakannya. Penilaian ini dapat disebut sebagai persepsi. Persepsi yang muncul dari nasabah

dapat memberikan indikator kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh BNI khususnya layanan *E-banking*. Persepsi nasabah terhadap layanan ini merupakan hal yang penting karena hampir seluruh bank telah menerapkan layanan ini. Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau kegunaan dari produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan, serta layanan jasa.

Persepsi diartikan sebagai proses bagaimana stimuli-stimuli tersebut diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Pada dasarnya persepsi adalah sesuatu yang dinamis karena prinsipnya nasabah akan berpikir rasional dan mendasarkan persepsinya kepada pengalaman (Setiadi dalam Suharini : 2008). Oleh sebab itu, perubahan persepsi itu juga harus dibangun melalui pengalaman nasabah. Meskipun komunikasi pemasaran berperan penting dalam mempengaruhi cara berpikir nasabah, langkah yang paling berarti untuk mengubah persepsi nasabah adalah dengan mengubah pengalaman terhadap produk-produk yang mengusung merek tertentu.

Kotler (2004:193) mendefinisikan persepsi sebagai proses seseorang individu dalam menilai atau memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan suatu masukan, informasi, kejadian dan menciptakan suatu gambaran. Persepsi dapat dirumuskan sebagai suatu proses penerimaan, pemilihan, pengorganisasian, serta pemberian arti terhadap rangsang yang diterima. Milton (1981:23) mengemukakan adanya beberapa faktor yang berpengaruh dalam persepsi. Faktor tersebut meliputi objek yang dipersepsi, situasi, individu yang mempersepsi, persepsi diri, dan pengamatan terhadap orang lain.

Definisi-definisi di atas dapat digunakan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap penerapan layanan *e-banking* BNI yang akhirnya akan memberikan informasi awal bagi BNI mengenai bagaimana kepuasan dari nasabah terhadap layanan ini.

## **1.2. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian di atas maka masalah yang terdapat dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai : “Bagaimana Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan *E-Banking* Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Pontianak ?”

## **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

Dari rumusan masalah tersebut dapat diuraikan aspek yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui persepsi atau penilaian nasabah terhadap penerapan layanan *E-banking* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Pontianak.

## **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Bagi Institusi**

Diharapkan dapat menambah sumber referensi ilmiah yang bermanfaat dan kajian empiris bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman serta sebagai bentuk penerapan ilmu dan teori yang didapat selama kuliah.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi literatur bermanfaat yang bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran jasa.

Universitas Tanjungpura