BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini terjadi perkembangan teknologi yang sangat pesat ditandai dengan persaingan yang semakin tajam serta tingkat akselarasi yang sangat tinggi, Indonesia masuk dalam lima besar Negara terbanyak dalam proporsi penggunaan internet di wilayah Asia. Dalam kemajuan teknologi saat ini, setiap kegiatan selalu mengadopsi kemudahan dan kecepatan teknologi yang menjadikan suatu kebutuhan tersendiri bagi perusahaan.

Pesatnya perkembangan teknologi digital di era ekonomi digital secara nyata mengubah perilaku konsumen. Kebutuhan konsumen yang semakin kompleks membuat konsumen semakin aktif dan cerdas untuk memilih layanan digital sesuai dengan keinginannya. Perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan strategi sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan dinamis. Setiap perusahan memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang.

Perkembangan teknologi internet telah masuk ke berbagai seluruh penjuru dunia yang menawarkan kemudahan dan jenis-jenis kegiatan yang terwujud didalamnya salah satu bentuknya adalah internet banking. Kemudahannya antara lain dari penawaran jasa perbankan ada situs-situs yang dibuat oleh bank yang bersangkutan sampai ada tawaran untuk melakukan transaksi secara online melalui jaringan internet. Metode yang biasa dilakukan dalam transaksi online adalah metode transfer antar rekening. Ini merupakan salah satu teknik memasarkan suatu perusahaan bank baik itu bank pemerintah atau bank swasta.

Menurut Ninik Rustanti (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasaan nasabah, meliputi kuaalitas layanan, kualitas produk, sikap terhadap produk. Sedangkan menurut Lupioadi dalam Yuniarti (2015) menyebutkan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasaba yaitu kualitas layanan, kualitas produk, emosional, harga, dan biaaya.

Kualitas layanan (service quality) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas (Arif, 2010).

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas Iayanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik variability, sehingga kinerja yang dihasilkannya acapkali tidak konsisten. Untuk itu nasabah menggunakan isyarat intrinsik (output dari penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas layanan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk, kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan

cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Menciptakan kepusan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan konsumen menggambarkan perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat.

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha.Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung

menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.

Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah salah satunya adalah mobile banking.

Mobile banking adalah salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya untuk mempermudah para nasabah yang akan melakukan transaksi dengan tidak perlu datang ke bank karena kesibukannya atau mobilitas yang tinggi, sehingga mobile banking saat ini banyak di gemari oleh nasabah yang memiliki aktivitas padat, sehingga dimanapun mereka berada tetap dapat melakukan transaksi sehingga tidak perlu mengganggu aktivitasnya sedikitpun. Layanan mobile banking diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Bank menyediakan layanan m-banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Melalui m-banking, nasabah dapat mengakses jasa perbankan dengan menggunakan smartphone. Transaksi m-banking dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai (Supriyono, 2011)

Bank SulutGo adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang berpusat di Provinsi Sulawesi Utara dan telah melayani masyarakat di setiap daerah di provinsi ini dan bahkan telah mempunyai kantor wilayah di provinsi lain. Pada awal berdirinya, bank ini dinamakan Bank Pembangunan Daerah (BPD) dan kemudian berganti nama menjadi Bank SulutGo. Pada tahun 2015, bank pemerintah ini berganti nama menjadi Bank SulutGo (Gampu, 2015).

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, Bank SulutGo yang sebelumnya bernama Bank Sulut kini telah meluncurkan m- banking(BSG Touch) yakni aplikasi perbankan untuk ponsel pintar. Hal itu semua dilakukan oleh Bank SulutGo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk m-banking (Bsg Touch) merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. M-bankiing (Bsg Touch) sangat membantu dalam meningkatkan efesiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan yang memiliki aktivitas yang padat.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Per 2021

Total Nasabah Tab 2021	Target user BSGtouch 2021	Realisasi 2021	%
23,159	5,380	1,189	22,1%

Sumber: Divisi pengembangan Bisnis Bank SulutGo

Berdasarkan tabel diatas total nasabah tabungan 2021 yaitu berjumlah 23,159 orang, kemudian target user Bsgtouch yaitu 5,380, sedangkan yang ter realisasikan baru sampai dengan 1,189, dan dipersentasikan berjumlah 22,1%.

M-banking (Bsg Touch) juga merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank saja yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Bsg Touch membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru.

Semakin meningkatnya tingkat persaingan antar bank, bank semakin berlomba-lomba untuk menarik simpati nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu kewaktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produkif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Selvia Yesta Utami, (2019) meneliti tentang pengharuh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro). Menyatakan bahwa hasil penelitiannya ternyata kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut Sadaf Firdous, Rahela Farooqi (2017) meneliti tentang Impact of Internet Banking Service on Customer Sarisfaction. Menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan internet banking berdampak signifikasn terhadap kepuasan nasabah terhadap nasabah internet banking.

Dengan M-banking (Bsg Touch) maka banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan tanpa harus mengantri di bank, nasabah tetap dapat bertransaksi dimanapun asalkan terhubung dengan jaringan internet. Meskipun layanan mobile

banking (Bsg Touch) memberikan kemudahan kepada para penggunanya akan tetapi terdapat keluhan atau kurang nyaman pada saat menggunakan layanan tersebut. Dalam prakteknya bahwa layanan m-banking (Bsg Touch) yang menggunakan berbasis internet sehingga banyak sekali terjadi jaringan trobel. Dan memperlambat kinerja layanan mobile banking dan keterbatasan akses sinyal disetiap daerah sehingga masyarakat lebih memilih untuk mengatri daripada menggunakan mobile banking.

Keluhan yang disampaikan oleh pengguna tersebut yaitu apabila uangnya terdebet karena kendala jaringan yang sering kali tidak menentu, atau mutasi rekening yang kadang tidak muncul. Keluhan yang disampaikan oleh pengguna merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan dari sisi pengguna dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Keterbatasan aplikasi layanan M-banking (Bsg Touch) yang belum bisa di gunakan di semua Smartphone, salah satunya IOS dan hanya bisa digunakan di Android, dan aplikasi bsg touch juga hanya bisa digunakan satu akun satu ponsel, jika user berganti ponsel maka harus melapor ke Customer Service atau bsg contact center.

Berdasarkan uraian diatas, akan dilakukan penelitian tentang "**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK BSG *TOUCH* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BANK SULUTGO CABANG LIMBOTO**"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diidentifikasikan permasalahannya sebagai berikut:

1. Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses mobile banking, karena jika koneksi internet kurang baik maka secara otomatis nasabah akan kesulitan saat mengaksesnya.
2. Keterbatasan aplikasi yang tidak bisa di gunakan di semua Smartphone salah satunya IOS dan hanya bisa digunakan di Android.
3. Satu akun hanya bisa di akses di satu ponsel.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan Bsg Touch berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Limboto?
2. Apakah kualitas produk Bsg Touch berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Limboto.
3. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk Bsg Touch secara bersamaaan berpengaaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pat PT Bank SulutGo Cabang Limboto.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetaui seberapa besar pengaruh kualitas layanan Bsg Touch terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Limboto.

2. Untuk mengetaui seberapa besar pengaruh kualitas produk Bsg Touch terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Limboto.
3. Untuk mengetaui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk Bsg Touch secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Limboto.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat bergunana baik secara teoritis maupun praktis:

a. Secara Teoritis

Peneliatian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan tentang pelayanan dan kepuasan nasabah serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan kepada pihak PT Bank SulutGo Cabang Limboto dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui dimensi-dimensi yang mempengaruhinya.