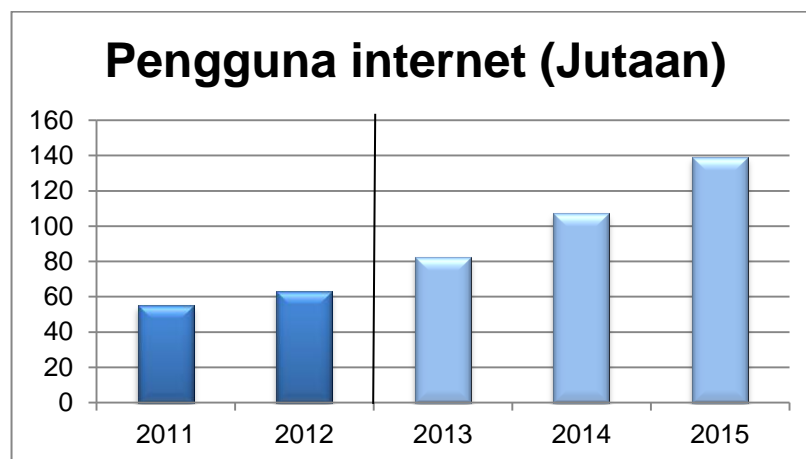


BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Zaman sekarang ini hampir semua masyarakat di Indonesia sudah menggunakan internet. Internet pada masa sekarang seakan-akan menjadi kebutuhan bagi setiap orang .seperti hasil riset APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) :



Sumber : APJII, 2015

Gambar 1.1 jumlah pengguna internet di Indonesia (1998-2015)

Data diatas membuktikan bahwa setiap tahunnya pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Hal ini dikarenakan internet sangat mempermudah segala macam urusan masyarakat serta dengan menggunakan

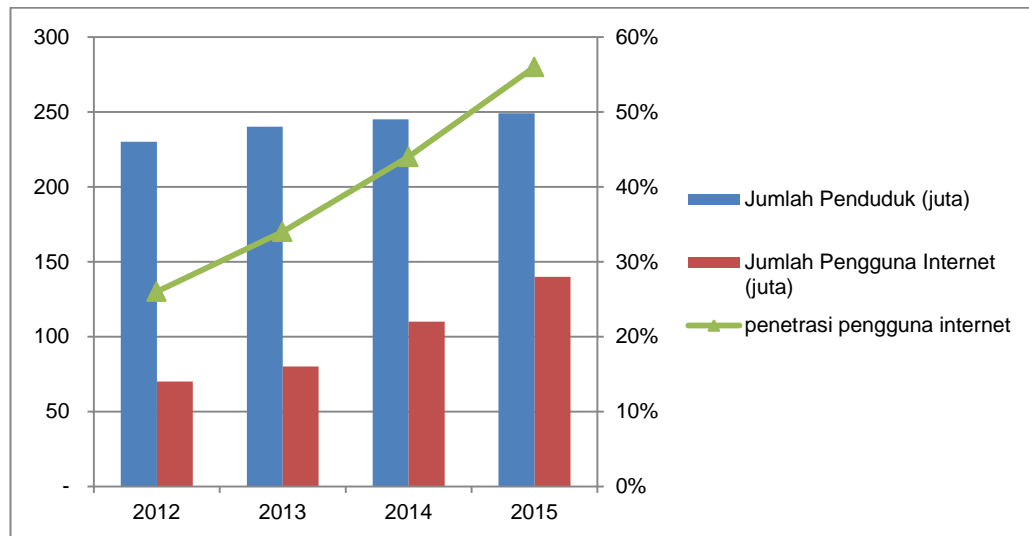
internet seseorang dapat lebih mengenal banyak teman dan yang lagi berjauhan pun akan terasa lebih dekat.

Di pasar Indonesia, dari sekitar 130-an bank umum swasta nasional yang ada tidak lebih dari 20 persen diantaranya yang telah benar-benar menggarap jasa lalu-lintas pembayaran dan administrasi ini secara modern. Mereka yang menggarap secara serius dan modern ini mengembangkan layanan sedemikian rupa agar dapat memberikan layanan pada pengguna secara cepat, individual dan aman serta tidak kalah penting adalah mampu menyediakan akses dari manapun dan kapanpun. Dalam keterkaitan dengan hal ini, maka perbankan mulai mengadopsi penggunaan teknologi informasi, khususnya internet sebagai saluran (*channel*) dalam memberikan layanan para nasabahnya dengan istilah *internet banking* atau *e-banking*. Tampubolon (2004) dalam Maharsi dan Fenny (2006) menyatakan bahwa *internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *Internet banking* membuat nasabah bank yang terkoneksi dengan internet dapat melakukan aktivitas perbankan seperti pembayaran, transfer dan lain-lain setiap waktu tanpa terpengaruh dengan jadwal operasional bank itu sendiri.

Menurut survei yang dilakukan oleh Sharing Vision, nilai transaksi *internet banking* di Indonesia telah mencapai Rp 3.642 triliun, jumlah tersebut

melampaui nilai transaksi ATM dan debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat.

Prediksi Data Pengguna Internet Banking di Indonesia



Berdasarkan data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia

Sumber : Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Gambar 1.2 Data Pengguna *Internet Banking* di Indonesia

Menurut survei yang dilakukan oleh Sharing Vision pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012 berarti 9 persen pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *internet banking* dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet.

Dengan adanya data diatas yang menunjukkan bahwa perkembangan *internet banking* setiap tahunnya meningkat, jadi perbankan syariah harus selalu mengevaluasi kembali kualitas layanan dan sistem informasi internet banking yang digunakan. Jika perbankan tidak meningkatkan layanan *internet banking* maka perbankan syariah akan kalah bersaing dengan bank-bank lain.

Tujuan yang benar-benar ingin dicapai oleh suatu bank ketika memperluas layanan jasanya melalui *internet banking*. Yaitu pertama, produk-produk yang kompleks dari bank dapat ditawarkan dalam kualitas yang *equivalent* dengan biaya yang murah dan potensi nasabah yang lebih besar; kedua, dapat melakukan hubungan disetiap tempat dan kapan saja, baik pada waktu siang maupun malam.(Juergen dan Eberhard, 2004 dalam Hermana, 2005).

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dari pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya (Supranto, 1997:1).

Tingkat kepuasan nasabah sangat tergantung pada mutu suatu produk. Jadi, suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Pimpinan perusahaan harus berusaha

melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat nasabah tidak puas (Supranto, 1997).

Adanya layanan *internet banking* pada suatu bank merupakan sesuatu (petunjuk) yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Menurut J. Supranto, (1997:2) dengan adanya pelayanan yang baik dan maksimal maka nasabah akan merasa puas dan jika pelayanan pihak bank memuaskan, nasabah tidak akan berpindah ke bank lain. Hal ini akan menurunkan laba dan meningkatkan kerugian. Kepuasan nasabah sangat penting bagi perbankan. Hal ini dikarenakan salah satu tujuan perbankan yaitu melayani nasabah dengan baik dan ramah sehingga loyalitas nasabah dapat dipertahankan.

Dengan adanya jasa *internet banking* di perbankan syariah, pihak bank ingin memberikan solusi kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan cepat, aman, dan mudah. Menurut jurnal Valdo J. Umboh dan Silvia L. Mandey, 2014 upaya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas layanan dapat digunakan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah. Kualitas layanan dalam industri jasa merupakan variabel penting. Penyampaian kualitas layanan prima akan menciptakan nilai tinggi yang dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Selain kualitas layanan, sistem informasi juga tidak kalah penting bagi perusahaan. Menurut jurnal Nurfatimah Indah Dwiagus dan Ilham Perdana,

2014 sistem informasi merupakan pendukung yang sangat penting bagi perkembangan suatu organisasi baik akademik maupun non akademik, guna mendukung penyediaan informasi dan pengelolaan data. Mengingat ketatnya persaingan yang ada di dunia bisnis, membuat perusahaan dituntut untuk memiliki sistem informasi yang memadai, sebagai bagian dari strategi perusahaan. Dengan menerapkan suatu sistem informasi di perusahaan, diharapkan memberi nilai lebih dan juga merupakan suatu keunggulan yang kompetitif.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang kualitas layanan dan sistem informasi terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* khususnya nasabah Bank Syariah Mandiri. *Internet banking* ini mencakup transfer, transaksi pembelian serta pembayaran yang melalui *internet banking*. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya dari jurnal Budi Hermana dari Universitas Gunadarma Depok tentang pengukuran kualitas layanan *internet banking*.

Pengukuran kepuasan (Kotler, 2005) dapat diukur dengan beberapa cara, kepuasan dapat diukur dengan menanyakan secara langsung kepuasan konsumen dengan menggunakan skala. Responden dapat diminta untuk memberikan peringkat seberapa besar harapan terhadap atribut dan seberapa besar yang dialami.

Dari uraian diatas, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*. Dari penelitian terdahulu

menggunakan beberapa variabel yaitu kualitas informasi, kegunaan, interaksi layanan dan secara keseluruhan. Responden dari penelitian tersebut terdiri dari dua kelompok yaitu pengguna layanan *e-banking* di bank swasta dan bank pemerintah. Jadi, peneliti akan fokus mengambil responden dari nasabah Bank Syariah Mandiri sehingga penelitian ini bisa berbeda dari penelitian sebelumnya.

Alasan peneliti memilih objek Bank Syariah Mandiri karena bank tersebut adalah salah satu bank syariah terbesar di Indonesia dan sudah tersebar di seluruh Indonesia yang menyediakan pelayanan jasa *internet banking*. *Internet banking* yang ada di Bank Syariah Mandiri dinamakan *Net Banking*. Layanan *Net Banking* sudah ada sejak Bank Syariah Mandiri didirikan yaitu pada tahun 1998. Selain itu menurut riset yang dilakukan oleh kompas.com nasabah lebih banyak menggunakan jasa *internet banking* pada bank-bank konvensional terutama bank mandiri diluar pulau Jawa dan bank BCA di pulau Jawa. Hal ini dikarenakan pengguna jasa layanan *internet banking* sekitar 50 persen sampai 80 persen merupakan kaum muda dan menurut riset pada tahun 2011 dibanding tahun 2010 jual atau beli online meningkat 100 persen. Jadi, seperempat pengguna internet harus memiliki alat untuk melakukan *e-payment* dan *internet banking* yang paling populer. Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik mengambil objek di bank syariah khususnya Bank Syariah Mandiri.

Dengan beberapa penjelasan diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Sistem Informasi Terhadap**

Kepuasan Nasabah Pengguna *Internet Banking*. (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Mandiri)

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah dalam pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri ?
2. Bagaimana pengaruh sistem informasi *internet banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sistem informasi internet banking terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perkembangan ilmu ekonomi dan perbankan Islam terutama dalam

pelayanan jasa *internet banking*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat juga menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan bagi perbankan syariah untuk lebih bisa mengoptimalkan kembali pelayanan jasa *internet banking* sehingga nasabah merasa puas menggunakan jasa layanan tersebut.