

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini dengan adanya kemajuan teknologi membuat dunia menjadi terbuka, salah satunya pada dunia bisnis dan perbankan. Kehadiran bank saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk sarana penyimpanan dan berperan sebagai sarana untuk membantu usaha masyarakat dari usaha kecil sampai menengah keatas. Kehadiran beberapa bank di Indonesia dengan fasilitas, produk-produk andalan dan layanan bervariasi merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian masyarakat sebagai sasaran konsumennya. Oleh karena itu, sebagai karyawan yang baik penting untuk mengetahui dan memahami apa yang diinginkan pelanggan sebagai nasabah dan memberikan kesan baik sebagai nilai tambahan di mata konsumen. Memberikan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang cepat, pelayanan yang tepat dan memberikan pelayanan yang nyaman kepada konsumen merupakan beberapa cara untuk mendapatkan nilai tambah dari konsumen.

Perkembangan teknologi yang semakin modern membawa pengaruh yang besar terhadap setiap aspek-aspek kehidupan. Munculnya uang elektronik sebagai alat pembayaran merupakan salah satu perkembangan perilaku bisnis dalam dunia perdagangan. Pesatnya perkembangan pembayaran non tunai dengan menggunakan kartu tentu memerlukan alat lainnya yaitu EDC (*Elektronik Data Capture*). Elektronik data capture ialah mesin gesek kartu ATM baik debit ataupun *Credit Card* yang digunakan sebagai alat pembayaran elektronik oleh nasabah perbankan. Setiap perdagangan akan tersedia *electronic data capture* sebagai investasi tambahan mesin pembaca pada penggunaan kartu debit maupun kredit. Hal tersebut diperoleh dari data publikasi bank Indonesia, yang digunakan peneliti sebagai data pendukung. Dimana adanya peningkatan pada jumlah instrument untuk alat pembayaran non tunai yang berbasis elektronik. Bisnisnya terjadi ketidakpuasan terkait kualitas yang diberikan terhadap pengguna jasa EDC di Kecamatan Metro Timur Lampung.

Kualitas pelayanan untuk dapat memuaskan konsumen merupakan cara untuk mencapai kesuksesan pemasaran bank. Terdapat beberapa cara untuk dapat melihat kualitas pelayanan jasa ialah: (1) *Tangibles*, yang merupakan tampilan fisik pelayanan; (2) *Assurance*, jaminan layanan; (3) *Responsiveness*, tanggap dalam memberi dan membantu pelayanan dengan cepat; (4) *Empathy*, kemampuan untuk memahami kemauan pelanggan; (5) *Reliability*, kemampuan untuk mewujudkan janji (Kotler, 2007: 284). Kelebihan dan kinerja pelayanan yang diterima dalam proses pembelian produk (jasa) dilihat seorang pelanggan dalam menentukan tingkat kepuasan. Manajemen perusahaan harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan

nasabah dengan cepat sebagai cara untuk menghindari perbedaan persepsi antara apa yang disiapkan perusahaan dengan apa yang dibutuhkan nasabah.

PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk yang telah berdiri sejak tahun 1895 hingga sekarang tetap konsisten dengan komitmennya agar tetap ada untuk membantu *micro banking* atau lebih kita kenal dengan usaha kecil. Hal tersebut dicerminkan dengan perkembangannya melalui BRILink yaitu bekerjasama dengan nasabah BRI, yang mana nasabah sebagai agen yang bisa membuka pelayanan transaksi perbankan untuk masyarakat secara real time online dengan konsep *sharing fee* dan *fee* yang diberikan kompetitif, menggunakan fitur EDC mini ATM BRI.

Manajemen Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk telah menerapkan kebijakan kepada karyawan khususnya jajaran *frontliner* agar selalu memberikan pelayanan terbaiknya melalui penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, menyambut nasabah dengan senyum, sapa, dan salam (*greeting 3S*), memberikan rasa empati kepada nasabah pada saat melakukan pelayanan, dan selalu menyebutkan nama nasabah pada saat mengakhiri pelayanan, sebagai bentuk kualitas pemberian pelayanan yang prima sehingga dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah secara keseluruhan.

Kegiatan transaksi perbankan dengan menggunakan fasilitas mesin edc (*electronic data capture*) merupakan salah satu pelayanan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Kualitas pelayanan yang tinggi dan kemudahan pembayaran merupakan sebuah tuntutan karena adanya persaingan yang semakin ketat antara bank yang satu dengan yang lainnya.

Kemudahan adalah salah satu layanan yang sangat penting yang terdiri dari agen atau pihak ketiga untuk melakukan layanan perbankan kepada masyarakat, hingga saat ini masih terlihat adanya kesulitan masyarakat untuk menjangkau layanan perbankan di daerah mereka. Oleh karena itu, BRILink membuat layanan terbuka bagi pengguna BRI maupun non-BRI sehingga mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank BRI pusat, hanya cukup melalui agen BRILink. Salah satu yang memiliki pengaruh kuat dalam pembentukan sikap seseorang untuk menerima sebuah teknologi ialah kemudahan, kemudahan penggunaan juga memberikan beberapa indikator terhadap suatu sistem informasi.

Kenyamanan dapat diartikan dari sejauh mana seseorang menjalankan aktivitas dengan menggunakan teknologi yang dapat menyenangkan diri individu tersebut, kenyamanan merupakan hasil dari pengalaman menyenangkan seorang individu saat melakukan transaksi pada BRILink sehingga akan tumbuh rangsangan kebahagiaan setelah melakukan transaksi.

Semua pengetahuan nasabah tentang atribut, objek serta manfaat bahwa layanan nasabah yang berkualitas dengan mutu yang sangat baik yang sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah merupakan sebuah keperayaan nasabah. Bank yang dapat memberikan nilai agar mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Faktor faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah kualitas produk, kualitas jasa, emosional, harga, biaya, kualitas pelayanan. Penyediaan produk dan layanan yang berkualitas dan bernilai lebih merupakan tuntutan untuk setiap bank seiring dengan ketatnya persaingan bank yang ada di Indonesia, dengan demikian produk dan layanan di setiap bank tampak berbeda. Setiap bank memiliki kesadaran kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah yang akan meningkatkan pangsa pasar, dengan demikian kualitas produk yang terpercaya akan tertanam sebagai hal positif bagi nasabah.

Kepuasan penggunaan BRILink yang merupakan pemain lama perbankan untuk dapat tetap bertahan dan memenangkan persaingan saat ini jelas harus mempertahankan loyalitas para nasabahnya, BRILink harus mampu mencari inovasi dan berbagai macam layanan yang membuat nasabahnya tetap menjadi nasabah loyal ditengah gempuran perbankan dan layanan jasa perbankan lainnya, dengan berkembang nya teknologi dan berubahnya preferensi nasabah terhadap layanan perbankan tentunya menjadi ancaman serius, bagi bri tetap menjalankan bisnis secara konvensional dan mencari inovasi serta terobosan baru untuk lebih meningkatkan layanan serta jangkauan layanan yang bisa menciptakan kepuasan kepada nasabahnya.

Latar belakang yang menjadi landasan penelitian terhadap kinerja pada BRILink Metro Timur adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh kemudahan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna BRILink. Dimana beberapa faktor yang berhubungan dengan jasa pelayanan selalu menjadi penilaian nasabah atas kinerja pelayanan dari jasa yang

nasabah terima, sehingga nasabah sebagai konsumen dapat membuat kesimpulan seberapa besar tingkat kepuasan pengguna EDC BRILink di bank rakyat indonesia Metro Timur, apakah sudah memuaskan atau belum. Hal ini dihubungkan dengan data jumlah nasabah EDC BRILink metro timur yang naik turun setiap tahunnya.

Tabel 1. Jumlah nasabah EDC BRILink Metro Timur tahun 2016, 2017, 2018, Januari - Agustus 2019

NO	Tahun	Jumlah	Persentase
1	2015	380 Nasabah	45%
2	2016	410 Nasabah	49%
3	2017	320 Nasabah	38%
4	2018	450 Nasabah	54%
5	Januari – Agustus 2019	250 Nasabah	30%

Sumber : BRILink Kecamatan Metro Timur, 2020

Berdasarkan tabel 1. nasabah yang menggunakan EDC di BRILink Metro Timur pada tahun 2016 mencapai angka 410 nasabah. dan ditahun berikutnya BRILink tidak mampu mencapai angka sebelumnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa BRILink mengalami naik turunnya nasabah. Penelitian ini hanya mengarah ke satu agen BRILink yang ada di Metro Timur saja sehingga data yang di dapat berdasarkan tabel di atas.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ **Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna BRILink (studi kasus pada BRILink Metro Timur).**

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Banyaknya persaingan antara BRILink dikecamatan Metro Timur sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat.
2. Kegiatan yang dilakukan oleh agen BRILink harus mempengaruhi kemudahan dan kepercayaan konsumen.
3. Faktor banyaknya nasabah yang menggunakan jasa BRILink di Kecamatan Metro Timur semakin meningkat dibanding menggunakan ATM.

4. Peningkatan dalam layanan serta jangkauan layanan setiap BRILink di Kecamatan Metro Timur untuk menciptakan kepuasan nasabahnya.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas mengenai permasalahan pengaruh kepuasan penggunaan layanan produk BRILink, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur?
4. Apakah terdapat pengaruh kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan nasabah pada BRILink Metro Timur?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kenyamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRILink Metro Timur.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk BRILink area Metro Timur, penelitian ini diharapkan berguna sebagai informasi dan masukan dalam merancang serta mempertimbangkan optimalisasi *relationship marketing* untuk memberikan kepuasan kepada nasabah pengguna BRILink

2. Untuk penulis, penelitian ini berguna untuk menambah ilmu dan wawasan dibidang manajemen, khususnya berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan, dan juga sebagai salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Untuk akademik, penelitian ini dapat berguna dalam memberikan tambahan wawasan untuk perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya untuk kemajuan pada ilmu manajemen khususnya dalam memperkaya kajian ilmu manajemen pemasaran dan perilaku nasabah pengguna BRILink di bidang jasa keuangan.