

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan dari tahun ke tahun saat ini semakin pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah bank, baik milik asing maupun pemerintah. Pada tahun 2008, tercatat bahwa terdapat 128 bank yang tersebar di seluruh Indonesia (<http://inibank.wordpress.com/2008/03/21/jumlah-bank-di-indonesia/>). Kondisi ini tentu semakin memotivasi setiap bank untuk memberikan performansi terbaik mereka. Selain itu, kompetisi di dunia perbankan saat ini tidak hanya berupa penawaran jasa secara *offline*, tetapi juga telah menuju *e-environment* seperti penerapan *e-banking* (Gonzalez dkk., 2004 dalam Rod dkk., 2009). Survei yang dilakukan Biro Riset Info Bank (BIRI) dan *Marketing Research Indonesia* (MRI) juga membuktikan bahwa layanan *e-banking* semakin menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah (<http://agustiyadi.blogspot.com/2007/09/mencermati-risiko-internetbanking.html>).

Berdasarkan hal tersebut, BCA sebagai bank transaksional terbesar di Indonesia tentu harus terus berupaya untuk memperluas jaringan distribusi, menjangkau lebih banyak nasabah, menawarkan beragam layanan dan inovasi produk, serta membangun kapabilitas dalam menangani peningkatan volume transaksi (Laporan Tahunan BCA, 2008). Melalui sertifikat ISO 9001:2000 yang sudah dimiliki, maka BCA diharapkan dapat berupaya aktif dalam meningkatkan iklim persaingan antar bank. BCA harus menunjukkan komitmennya untuk selalu menawarkan kualitas layanan terbaik bagi nasabah, khususnya dalam penelitian ini nasabah layanan KlikBCA.

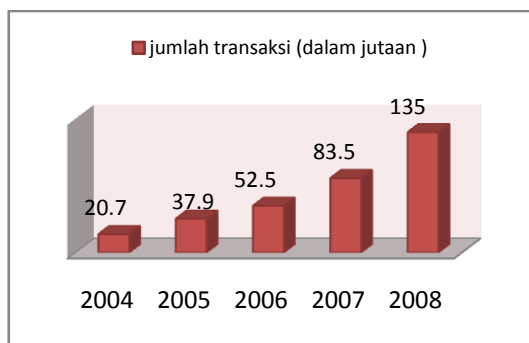
KlikBCA dijadikan sebagai objek penelitian karena KlikBCA merupakan produk perbankan elektronik yang signifikan dalam menghasilkan *profit* bagi BCA. Hal ini terlihat dari total nilai transaksi KlikBCA yang 26,1 persen lebih besar dibandingkan dengan total nilai transaksi melalui ATM (Laporan Tahunan BCA, 2008). Padahal, ATM hingga saat ini masih merupakan sarana transaksi yang paling populer di kalangan nasabah (Laporan Tahunan BCA, 2008). Sementara itu, KlikBCA juga memberikan berbagai macam kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Nasabah cukup menggunakan komputer/laptop yang terkoneksi dengan internet, kemudian akses terhadap bank pun dapat dilakukan dari berbagai tempat. Manfaat lain yang juga dapat dirasakan oleh nasabah adalah seluruh transaksi yang dapat dilakukan di ATM BCA, juga dapat dilakukan ketika menggunakan layanan KlikBCA.

Tabel 1.1 Transaksi yang Tersedia pada Layanan KlikBCA

No.	Jenis Transaksi
1.	Pembelian (pulsa, saham, tiket)
2.	Pembayaran (kartu kredit, internet, telepon, <i>handphone</i> , pendidikan, dan lain-lain)
3.	- Transfer antar BCA (<i>real time</i> , berkala, tanggal tertentu) - Transfer ke bank domestik lain (<i>real time</i> , tanggal tertentu)
4.	Informasi rekening (informasi saldo, mutasi, rekening, tagihan <i>BCA Card</i>)
5.	Historis transaksi
6.	Administrasi (ganti pin, ubah bahasa, ganti alamat, ganti email, hapus daftar transfer, registrasi <i>KeyBCA</i> , tambah koneksi <i>KeyBCA</i> , hapus koneksi <i>KeyBCA</i> , aktivasi <i>KeyBCA</i> , registrasi informasi <i>BCA Card</i> , hapus informasi <i>BCA Card</i>)

Sumber: <http://www.klikbca.com/individual/silver/product.html?s=11>

Selain itu, penggunaan terhadap layanan KlikBCA juga semakin meningkat dalam kurun waktu lima tahun terakhir sesuai dengan Gambar 1.1 di bawah ini. Grafik tersebut menunjukkan bahwa potensi untuk mengembangkan layanan KlikBCA semakin besar. Tidak hanya itu, peningkatan yang signifikan dari jumlah transaksi penggunaan KlikBCA juga terjadi pada tahun 2008, yakni mencapai 63 persen dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Layanan KlikBCA

Sumber: Laporan Tahunan 2008 BCA

Namun, sebagai bank yang menjadi bagian dari lima bank terbesar di Indonesia, ternyata nasabah BCA masih memiliki beberapa keluhan terhadap layanan KlikBCA. Berikut ini pada Tabel 1.2 ditunjukkan keluhan yang dirasakan oleh nasabah ketika menggunakan layanan KlikBCA. Keluhan ini didapatkan dari pihak *Customer Service Officer* salah satu kantor cabang BCA mengenai keluhan yang dilaporkan oleh nasabah terhadap layanan KlikBCA dari rentang waktu Januari 2008 hingga Juli 2009.

Tabel 1.2 Keluhan Nasabah

No.	Jenis Keluhan
1.	KeyBCA yang rusak
2.	Nasabah lupa <i>password</i> untuk melakukan transaksi
3.	Integrasi antara <i>e-banking</i> dan ATM yang sulit
4.	Respon terhadap keluhan nasabah lebih dari seminggu
5.	Transaksi yang diserang oleh <i>hacker</i>
6.	Tabungan nasabah yang diambil oleh pencuri dengan memanfaatkan <i>username</i> , <i>password</i> , dan KeyBCA milik nasabah
7.	Pelayanan Halo BCA yang selalu sibuk
8.	Server KlikBCA yang sering <i>down</i>
9.	Birokrasi dalam setiap transaksi yang menyulitkan
10.	Transaksi yang tidak berhasil saat melakukan transfer dana ke bank lain
11.	Adanya aplikasi XSS yang mencuri <i>username</i> dan <i>password</i> nasabah
12.	Browser selain <i>Internet Explorer</i> tidak memunculkan <i>interface</i> yang baik Tidak adanya <i>reminder</i> sistem yang detail lewat <i>email</i> kepada nasabah, ketika
13.	memerlukan transaksi lebih lanjut dengan pihak BCA seperti pengambilan KeyBCA untuk nasabah baru layanan KlikBCA

Sumber: Pihak Customer Service Officer BCA

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, terlihat bahwa perbaikan terhadap layanan KlikBCA masih dibutuhkan oleh pihak BCA. Meskipun telah terdapat penelitian sebelumnya mengenai KlikBCA, akan tetapi beberapa diantaranya masih mengacu kepada tingkat penerimaan terhadap layanan KlikBCA (Wijanarko, 2009) serta perilaku nasabah terhadap layanan KlikBCA (Dewi, 2008). Oleh karena itu, penelitian mengenai variabel-variabel kritis yang mempengaruhi kualitas layanan KlikBCA, penting untuk dilakukan. Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh susunan rekomendasi perbaikan layanan KlikBCA yang sesuai dengan tingkat kepentingan nasabah.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian mengenai *e-banking* ini sebelumnya telah dilakukan oleh Bauer dkk. (2005) dengan merumuskan enam variabel kualitas yaitu *security and trust*, *basic services quality*, *cross-buying services quality*, *added values*, *transaction support*, *responsiveness*. Penelitian sejenis juga dilakukan kembali oleh Loonam dan O'Loughlin (2008) yang merumuskan *web usability*, *security*, *access*, *trust*, *reliability*, *flexibility*, *responsiveness*, *service recovery*, *information quality*, dan *personalisation/customisation*. Selain itu, Poon (2008) juga merumuskan variabel kualitas untuk menilai suatu layanan *e-banking* yaitu *convenience*, *accessibility*, *feature availability*, *bank management and image*, *fees and*

charges, privacy, security, design, content, dan speed yang akan dilihat pengaruhnya terhadap *perceived service value* (Poon, 2008 dan Zeithaml, 1988 dalam Ladhari dkk., 2008).

Berdasarkan pertimbangan untuk mengkombinasikan variabel kualitas layanan *e-banking* dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka permasalahan yang akan dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh masing-masing variabel *E-Banking SQ*, yaitu *web usability, security, information quality, access, trust, fees and charges, reliability, responsiveness, service recovery, dan personalisation/customisation* terhadap *perceived service value* pada layanan KlikBCA?
2. Bagaimana tingkat performansi aktual dan tingkat kepentingan nasabah terhadap layanan KlikBCA berdasarkan variabel *E-Banking SQ*?
3. Bagaimana rekomendasi yang dapat diberikan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan KlikBCA?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh masing-masing variabel *E-Banking SQ*, yaitu *web usability, security, information quality, access, trust, fees and charges, reliability, responsiveness, service recovery, dan personalisation/customisation* terhadap *perceived service value* layanan KlikBCA.
2. Mengukur tingkat performansi aktual dan tingkat kepentingan nasabah terhadap layanan KlikBCA berdasarkan variabel *E-Banking SQ*.
3. Memberikan rekomendasi terhadap peningkatan kualitas layanan KlikBCA.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pendukung dalam pengambilan keputusan dan pemberian tindakan yang tepat untuk pengembangan layanan KlikBCA.
2. Membantu perusahaan mengetahui kepuasan nasabah dan tingkat kepentingan nasabah dalam menilai kualitas layanan KlikBCA, khususnya nasabah di wilayah Bandung.
3. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Nasabah yang menjadi sampel penelitian adalah nasabah layanan KlikBCA di wilayah Bandung dengan intensitas pemakaian minimal dua kali dalam sebulan.
2. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu November 2009 hingga Maret 2010.
3. Perancangan konsep pengembangan layanan KlikBCA hanya sampai pada tahap rekomendasi sebagai bahan masukan untuk pihak BCA, sehingga tidak memperhatikan pengukuran keberhasilan jika diimplementasikan.