

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Umum PT. Bank Negara Indonesia, (Persero)

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Oeang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 5 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional.

Menyusul penunjukan *De Javasche* Bank yang merupakan warisan dari Pemerintah Belanda sebagai Bank Sentral pada tahun 1949, Pemerintah membatasi peranan Bank Negara Indonesia sebagai bank sirkulasi atau bank sentral. Bank Negara Indonesia lalu ditetapkan sebagai bank pembangunan, dan kemudian diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa, dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Sehubungan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia diubah menjadi bank komersial milik pemerintah. Perubahan ini melandasi pelayanan yang lebih baik dan tuas bagi sektor usaha nasional.

Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai 'BNI 46'. Penggunaan nama panggilan yang lebih mudah diingat - 'Bank BNI' - ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadiperusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik, setelah keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Sebutan 'Bank BNI' dipersingkat menjadi 'BNI', sedangkan tahun pendirian - '46' - digunakan dalam logo perusahaan untuk meneguhkan kebanggaan sebagai bank nasional pertama yang lahir pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pada tahun 2012, Pemerintah Republik Indonesia memegang 60% saham BNI, sementara sisanya 40% dimiliki oleh pemegang saham publik baik individu maupun institusi, domestik dan asing. Saat ini, telah berkembang BNI adalah bank terbesar ke-4 di Indonesia berdasarkan total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. BNI menawarkan layanan jasa keuangan terpadu kepada nasabah, didukung oleh perusahaan anak: Bank BNI Syariah, BNI *Multi Finance*, BNI *Securities* dan BNI *Life Insurance* dan BNI memiliki total aset sebesar Rp333,3 triliun dan mempekerjakan lebih dari 24.861 karyawan. Untuk melayani nasabahnya, BNI mengoperasikan jaringan layanan yang luas mencakup 1.585 outlet domestik dan 5 cabang luar negeri di New York, London, Tokyo, Hong Kong dan Singapura, 8.227 unit ATM milik sendiri, 42.000 EDC serta fasilitas *Internet Banking* dan *SMS banking*. BNI selalu berusaha untuk menjadi bank pilihan yang menyediakan layanan prima dan solusi bernilai tambah kepada seluruh nasabah.

Berikut profil singkat PT. Bank Negara Indonesia. (Persero), Tbk Bandung sebagai objek penelitian yang dilakukan oleh penulis:

- a. Nama Perusahaan : PT. Bank Negara Indonesia (Persero)
- b. Didirikan : 5 Juli 1946
- c. Kantor pusat : Jl. Printis Kemerdekaan, No 3 Bandung
- d. Situs web : www.bni.co.id

e. Logo Perusahaan

GAMBAR 1.1

Logo PT. Bank Negara Indonesia (Persero)



(Sumber : www.bni.c.id 2014)

f. Makna Logo BNI :

1. **Huruf BNI**, Huruf “BNI” dibuat dalam warna *turquoise* baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.
2. **Simbol “46”**, Angka 46 merupakan simbolisasi tanggal kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka “46” diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.
3. **Palet Warna**, Palet warna korporat telah didesain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni *turquoise* dan jingga. Warna *turquoise* yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.
4. Logo “46” dan “BNI” mencerminkan tampilan yang modern dan dinamis. Sedangkan penggunaan warna korporat baru memperkuat identitas tersebut. Hal ini akan membantu BNI melakukan diferensiasi di pasar perbankan melalui identitas yang unik, segar dan modern.

1.1.2 Sejarah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

Sejarah perkembangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk kantor cabang Jalan Printis Kemerdekaan Bandung tidak dapat dilepaskan dari sejarah perkembangan PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk sebagai induk organisasi Jakarta. Untuk itu uraian singkat sejarah berdirinya PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk Kantor Cabang Printis

Kemerdekaan yang sebelumnya bernama BNI unit III Bandung yang bentuk satu tahun setelah kantor induknya atau tepatnya pada tanggal 5 Juli 1947. Dalam perjalanannya cabang ini terus berkembang menjadi beberapa unit di Bandung yang terbukti adalah mampu merekrut pegawai yang sampai saat ini berjumlah 147 karyawan serta mengembangkan usaha – usahanya

1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi PT. Bank Negara Indonesia adalah :

a. Visi

Menjadi bank yang unggul, terkemuka dan terdepan dalam layanan dan kinerja

b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah dan selaku mitra pilihan utama (*the bank choice*).
- 2) Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
- 3) Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- 4) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- 5) Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik

1.1.4 Bidang Usaha

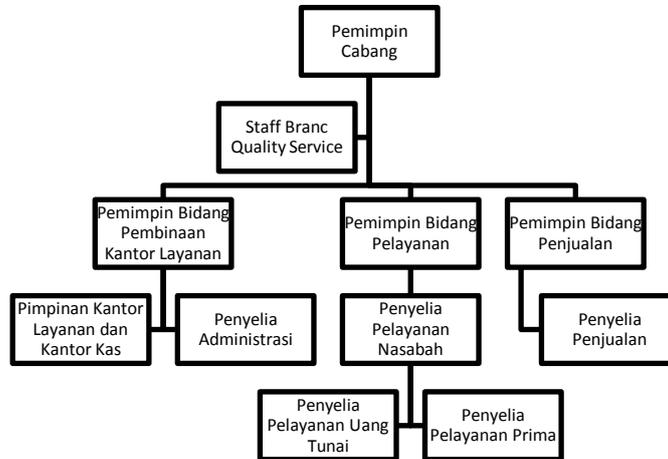
PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk merupakan bank pemerintah yang melakukan kegiatan perbankan lainnya. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang ingin menggunakan jasa perbankan. Bidang usaha PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk lebih diarahkan kepada perbankan ekonomi dan pembayaran ekonomi nasional dengan jalan melakukan kegiatan perbankan, yaitu dalam pengumpulan dana bank, melakukan usaha simpanan dan penyaluran dananya dalam bentuk kredit. Selain itu juga usaha PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk untuk memperluas kinerjanya dalam dunia perbankan.

1.1.5 Struktur Organisasi

Adapun Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia adalah :

GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi PT. Bank BNI



Sumber : PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Bandung

1.1.6 Produk & Layanan PT. BNI

BNI *Internet Banking* adalah fasilitas layanan yang diberikan kepada nasabah BNI untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan Internet, kapan saja, dimana saja, yang mempermudah penggunaanya dari cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, pembayaran tagihan dan pembelian *voucher* Prabayar.

BNI *e-Secure* adalah alat pengaman tambahan untuk transaksi finansial di BNI *Internet Banking*. BNI *e-Secure* berfungsi menghasilkan PIN yang selalu berganti (*Dynamic PIN*) setiap kali nasabah melakukan transaksi finansial, tanpa BNI *e-Secure*. Nasabah masih bisa mengakses Layanan BNI *Internet Banking* untuk melakukan transaksi non finansial antara lain melihat Informasi Saldo dan mutasi transaksi.

Rekening yang dapat diakses adalah Tabungan (BNI Taplus, BNI Taplus Utama, BNI Taplus Mahasiswa, BNI Taplus Pegawai, BNI Topenas), BNI Giro Perorangan (rupiah ataupun valas), BNI Deposito (rupiah ataupun valas) dan Rekening Pinjaman Perorangan dengan syarat memiliki *Customer Information File* yang sama. *Internet Banking* mengutamakan kemudahan dan keamanan informasi serta transaksi finansial anda. Menggunakan *Internasional Internet Standard Security SSL 3.0* dengan sistem enkripsi 128-bit, suatu sistem pengacak informasi yang teranggih saat ini, sehingga informasi pribadi & keuangan lebih terjamin keamanannya.

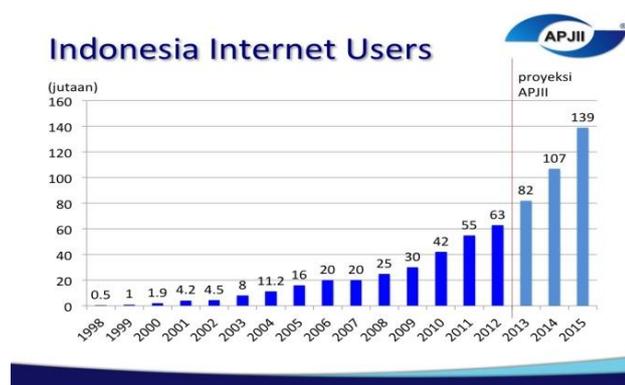
Selain itu nasabah juga akan membuat sendiri *User ID & Password BNI Internet Banking* yang unik, sehingga tidak ada duplikasi dan hanya nasabah yang mengetahuinya. Setiap kali *login*, nasabah hanya diperkenankan mengulang *Password BNI Internet Banking* yang salah sebanyak tiga kali sebelum akses tersebut diblokir untuk mencegah penyalahgunaan yang tidak bertanggung jawab.

Setiap transaksi finansial harus menggunakan alat pengaman tambahan yang disebut BNI *e-Secure* dimana setiap transaksi akan diberikan nomor referensi yang digunakan apabila ada pertanyaan atau terjadi suatu masalah yang berhubungan dengan transaksi tersebut. Jika tidak terdapat aktivitas selama beberapa menit, sistem secara otomatis akan mengakhiri (*logout*) akses anda untuk mencegah penyalahgunaan yang tidak berwenang.

1. 2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi diberbagai bidang pada saat ini sudah semakin maju. Inovasi – inovasi yang lahir dari perkembangan teknologi telah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, salah satunya adalah *internet*. Berbagai aktivitas masyarakat pada saat ini dapat dilakukan melalui *internet*, selain praktis manfaat lain dari *internet*, adalah jangkauannya yang tidak terbatas dan informasi yang dapat diakses dari manapun. Dari tahun ke tahun jumlah pengguna *internet* di Indonesia meningkat seperti yang ditampilkan pada gambar di bawah ini :

GAMBAR 1.3
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (statistik) 1998-2013



Sumber : APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet), 2014.

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa setiap tahun terjadi peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia ini dapat

terjadi karena adanya kebutuhan masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi dengan menggunakan layanan internet.

Salah satu layanan yang dapat diakses melalui internet adalah layanan perbankan (*Internet Banking*). *Internet Banking* merupakan fasilitas yang disediakan oleh lembaga perbankan dan keuangan, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi terkait melalui *internet* dengan mudah. Pada saat ini, hampir seluruh bank yang ada di Indonesia menyediakan fasilitas *Internet Banking*.

Internet Banking merupakan hasil dari perkembangan aplikasi teknologi informasi yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah perbankan yang menginginkan pelayanan dengan cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat 24 jam dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *handphone*, komputer, maupun laptop.

Tabel 1.1 di bawah ini menyajikan peringkat *E-Channel Top Brand Index* yang menyediakan layanan *Internet Banking* di Indonesia tahun 2013 – 2014 sebagai berikut:

TABEL 1.1
Peringkat E- Channel Internet Banking di Indonesia

Tahun 2013			Tahun 2014		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Klik BCA	51,1%	TOP	Klik BCA	53,7%	TOP
<i>Internet Banking</i> Mandiri	25,2%	TOP	<i>Internet Banking</i> Mandiri	20,2%	TOP
<i>Internet Banking</i> BNI	9,7%	TOP	<i>Internet Banking</i> BRI	10,6%	TOP
<i>Internet Banking</i> BRI	9,6%		<i>Internet Banking</i> BNI	9,6%	

Sumber: www.topbrand-award.com

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel 1.1 , dapat terlihat pada tahun 2013 *Top Brand Index* untuk kategori *Internet banking* pada peringkat pertama diraih oleh Bank BCA dengan presentase TBI 51,1%, peringkat kedua diraih oleh Bank Mandiri dengan presentase TBI sebesar 25,2 %, peringkat ketiga diraih oleh Bank BNI dengan presentase TBI sebesar 9,7 % dan peringkat terakhir dengan presentase TBI 9,6 % diraih Bank BRI. Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2013 termasuk pada kategori 3 besar TBI *E- Channel* adalah Bank BCA, Bank Mandiri dan Bank BNI, sedangkan untuk tahun 2014 posisi 3 besar TBI diraih oleh Bank BCA, Bank Mandiri dan Bank BRI.

Dari tabel 1.1 dapat terlihat bahwa terdapat pergeseran posisi 3 besar TBI, dimana pada tahun 2013, BNI menempati urutan ketiga sementara pada tahun 2014 bank BNI berada pada urutan keempat. Adanya penurunan urutan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya faktor yang diindikasikan adalah penurunan kualitas jasa layanan *Internet Banking* dari sisi penilaian nasabah. Berdasarkan informasi yang diperoleh penulis bahwa kualitas jasa layanan *Internet Banking* BNI ditemukan beberapa keluhan yang terjadi pada nasabah bahwa layanan *Internet banking* BNI sering mengalami masalah seperti terjadinya error pada sistem saat membuka layanan *Internet Banking* BNI diwebsite dan kurangnya respon dari pihak Bank dalam ketepatan serta kecepatan dalam menyelesaikan masalah. Hal ini menandakan adanya ketidakpuasan dalam kualitas jasa layanan *Internet Banking* BNI yang akan berdampak terhadap loyalitas nasabah pengguna *Internet Banking* BNI.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk sebagai salah satu institusi perbankan harus mengutamakan kualitas jasa. Kualitas atau mutu suatu jasa adalah hal yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan terutama PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan, karena jika nasabah merasa kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tidak memuaskan akan mengakibatkan nasabah tidak loyal pada perusahaan, kemungkinan besar para nasabah akan menggunakan jasa perusahaan lain. Menyadari pentingnya kualitas jasa *Internet Banking* untuk meningkatkan loyalitas nasabah, maka PT. Bank Negara Indonesia perlu memperhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada pengguna layanan *Internet Banking* BNI.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan dengan Menggunakan *Internet Banking* terhadap Loyalitas Nasabah, Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Cabang Dayeuh Kolot Bandung**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* pada PT. Bank Negara Indonesia ?
2. Bagaimana *loyalitas* nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Dayeuh Kolot Bandung ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* terhadap *loyalitas* nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Dayeuh Kolot Bandung ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Cabang Dayeuh kolot Bandung.
2. Untuk mengetahui *loyalitas* nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Cabang Dayeuh kolot Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* terhadap *loyalitas* nasabahnya PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Cabang Dayeuh Kolot Bandung.

1.5. Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

1. Sebagai sarana untuk menerapkan dan memadukan pengetahuan yang diperoleh dengan praktek sesungguhnya.
2. Dapat memperdalam pengetahuan peneliti tentang pengaruh kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* terhadap *loyalitas* nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Dayeuh kolot Bandung.

b. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi bagi peneliti lain dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

c. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan tambahan informasi mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi kualitas jasa perbankan dengan menggunakan *Internet Banking* terhadap *loyalitas* nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Dayeuh kolot Bandung.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan untuk memberikan gambaran susunan keseluruhan dari penelitian ini. Penelitian ini tersaji dalam lima bab, yang tergambar sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas gambaran umum, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini secara keseluruhan memuat dasar-dasar dilakukannya penelitian.

BAB 2 : RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang relevansi teori yang berisikan tentang landasan teori, metode penelitian yang menjelaskan mengenai teor-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

BAB 3 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dari seluruh laporan observasi ini dan memberikan saran berhubungan kesimpulan.

