

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *information and communication technology* (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan dapat dengan mudah dengan *cyberspace* melalui *electronic transaction*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu *mobile banking* (m-banking). Layanan m-banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone atau *Personal Data Assistant* (PDA).

M-banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan sarana komunikasi bergerak seperti telepon seluler sehingga transaksi perbankan dapat dilakukan di telepon seluler melalui SMS (pesan singkat). Dengan hadirnya layanan telepon seluler dan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank. Dengan menggunakan ponsel, pelanggan dapat menghemat waktu dan uang. Layanan mobile banking memberi nasabah fungsi yang nyaman untuk transaksi perbankan seperti pengecekan saldo dan transfer uang antar rekening.

Industri perbankan menyediakan layanan mobile banking untuk menjamin kepuasan pelanggan (Wulandari et al., 2022). Dengan beragamnya kegunaan mobile banking, diharapkan nasabah akan merasa puas saat menggunakan beragam produk dan layanan yang disediakan bank. Kehadiran m-banking memudahkan aktivitas perbankan. Ponsel pintar dengan konektivitas internet dan aplikasi

perbankan dapat digunakan untuk melakukan transaksi keuangan. Masyarakat perlu merasa aman dengan layanan ini karena tidak perlu pergi ke bank atau antri.

Layanan mobile banking membantu nasabah melakukan transaksi perbankan dengan lebih mudah seperti pengecekan saldo, transfer uang antar rekening, pembayaran tagihan, penyetoran uang (Imamah & Safira, 2021). Mobile banking juga dapat sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas masyarakat pedesaan dan perkotaan yang sibuk. Melihat perkembangan produk dan layanan perbankan yang terus memberikan kemudahan bagi nasabah dan masyarakat, PT Bank KB Bukopin TBK terus melakukan berbagai perbaikan dan pembaharuan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan berbagai layanan perbankan. operasi dan layanan.

PT Bank KB Bukopin TBK juga baru menerbitkan aplikasi m-banking KBSTAR yaitu m-banking dari Bank KB Bukopin guna memberikan kemudahan bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Aplikasi KBSTAR adalah layanan m-banking milik PT Bank KB Bukopin TBK yang dapat diakses oleh Nasabah melalui smartphone untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi KBSTAR juga termasuk lengkap seperti informasi rekening, transfer dana, pembayaran via QRIS, dan beberapa fitur pembayaran dan pembelian lainnya.

Tabel 1.1 Sebelum dan Sesudah Menggunakan KB Star

No	Sebelum	Sesudah
1	<ul style="list-style-type: none"> • mobile banking mengikuti perkembangan zaman sehingga mobile banking pasti akan melakukan update • Setelah dilakukan update mobile banking akan memiliki standar spesifikasi untuk dapat di instal ke dalam sebuah handphone • Sering terjadi buffering sehingga dapat menimbulkan terjadinya log-out secara tiba-tiba 	<ul style="list-style-type: none"> • Keluhan terhadap mobile banking dapat ditanggapi dengan cepat • Tampilan aplikasi mobile banking dibuat dengan jelas, menarik dan informatif • Memberikan konfirmasi layanan atas keberhasilan atau kegagalan dalam transaksi • Mobile banking dapat digunakan dimanapun

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas bahwa, sebelum menggunakan M-Banking KBStar terdapat beberapa kelemahan yang terjadi dibalik kelemahan yang ada, akan tetapi setelah menggunakan layanan mobile banking KBStar dapat memberikan manfaat yang cukup banyak kepada nasabah. Namun tidak hanya nasabah saja yang dapat merasakannya, pihak bank pun juga ikut serta merasakan manfaat dari layanan mobile banking tersebut

Perkembangan penggunaan aplikasi KBSTAR nasabah PT Bank KB Bukopin TBK Cabang Bekasi hal ini dibuktikan dari Tabel 1.2

Tabel 1.2 Jumlah pengguna Mobile Banking KBSTAR

No	Nama	Jumlah Nasabah
1	Nasabah	30.149
2	Pengguna Mobile Banking	3.016

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hal tersebut penulis termotivasi untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah menggunakan m-banking KBSTAR PT Bank KB Bukopin TBK. Dapat dilihat dari data perkembangan penggunaan m-banking KBSTAR hanya 10% nasabah yang menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti ingin mengetahui apakah ada kekurangan dalam kualitas produk dan promosi mengenai m-banking KBSTAR sehingga dapat mempengaruhi persepsi nasabah untuk tidak menggunakan aplikasi tersebut.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam kenyataannya selalu berdampingan dengan kepuasan, jika nasabah mendapatkan tingkat kepuasan yang baik maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah yang baik pula. Menurut Kotler & Armstrong, (2018) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut. Namun dalam kenyataannya ternyata masih ada beberapa nasabah yang merasa kurang akan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi KBSTAR ini, nasabah ada yang merasa kesulitan dalam melakukan pembayaran dimana saldo nasabah terpotong dan transaksinya gagal hal ini terjadi karena jaringan yang tidak stabil atau sistem sibuk, jelas ini dapat mempengaruhi persepsi buruk terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Menurut Adabi, (2020) Kualitas layanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang nasabah. Nasabah tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan nasabah dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan nasabah dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi nasabah terhadap kepuasan. Nasabah menginginkan layanan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Kualitas layanan mendorong nasabah menjalin ikatan dengan bank dan memungkinkan bank menjadi harapan atas kebutuhan nasabah dan secara tidak langsung, dengan adanya keberadaan layanan mobile banking berpengaruh terhadap bagaimana kualitas pelayanan dari segala aktivitas transaksi perbankan yang dilakukan secara online, dan apakah nasabah puas atau tidaknya dengan setiap transaksi ataupun aktivitas yang dilakukan secara online.

Menurut Sudirman et al., (2020) kepuasan adalah pondasi untuk meraih sebuah sasaran yang untuk dicapai dan setiap konsumen yang merasa puas dengan memiliki inisiatif atau kecenderungan menciptakan hubungan yang sangat ramah. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah tingkat perasaan pelanggan setelah membeli produk tersebut, kepuasan pelanggan berupa perasaan senang atau kecewa terhadap produk yang sudah dibeli. Pelanggan yang udah membeli produk akan menilai produk tersebut apakah sesuai dengan apa yang diinginkan atau tidak, jika sesuai maka pelanggan akan merasa puas.

Bagi bank, sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana pandangan nasabah terhadap layanan m-banking dan apakah layanan ini akan mendatangkan

keuntungan bagi nasabah. karena hal yang terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara online. Dalam hal ini pengguna yang mudah dan sangat memberikan manfaat belum tentu menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam menggunakan m-banking. Nasabah masih mempertimbangkan resiko dan keamanan yang harus lebih diperhatikan. Selain itu kurangnya pengetahuan tentang fasilitas atau fitur-fitur pada produk KBSTAR tersebut yang kadang masih sulit dipahami oleh nasabah. Dengan demikian pihak bank harus benar-benar memperhatikan lagi bagaimana produk KBSTAR mengenai keamanannya sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi?
3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya penelitian ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi perguruan tinggi
penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi di masa mendatang, terutama dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, promosi dan kepuasan nasabah.
2. Bagi penulis
penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai manajemen pemasaran tentang kualitas produk, promosi dan kepuasan nasabah yang bisa dijadikan sarana untuk menerapkan teori yang telah diterima. Selain itu dengan melakukan penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan

serta wawasan peneliti yang dapat digunakan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.

3. Bagi perusahaan atau instansi

penelitian yang penulis lakukan bertujuan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan kepuasan nasabah. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah PT Bank KB Bukopin Cabang Bekasi. Pada hasil penelitian ini dilandasi dari penelitian terdahulu dan juga pada teori-teori yang sudah dibaca oleh peneliti.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan pada pembuatan proposal skripsi ini menggunakan sistematika penulisan agar mudah dipahami dan memudahkan dalam penyusunan. Di bawah ini adalah bentuk sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya di susun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dari peneliti tersebut dan terakhir hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang di gunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran atau profil perusahaan, responden dalam objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan analisis

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta saran