

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia saat ini telah memasuki era globalisasi, perbankan merupakan bagian paling penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan dan kemajuan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa terutama perusahaan perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah.

Industri perbankan nasional menjadi semakin kompetitif, semua bank berlomba-lomba untuk meningkatkan asetnya agar dapat memenangkan persaingan terlebih lagi adanya globalisasi ekonomi dan pesatnya perkembangan serta penyebaran teknologi informasi, telah mendorong percepatan kegiatan perdagangan barang dan jasa melewati batas-batas antar negara. *Asean Frame Work Agreement on Services (AFES)*, salah satu bentuk relasi dari AFTA yang mulai di berlakukan pada tahun 2003 dan akan semakin memperkeras persaingan dalam dunia bisnis industri jasa, termasuk di dalamnya perbankan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan atau lebih di kenal dengan nama Bank. Bank merupakan perusahaan yang menyediakan jasa keuangan

bagi seluruh lapisan masyarakat. Menurut UU No.10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya sebagai kegiatan pendukung.

Jasa perbankan pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh pesat. Pertumbuhan tersebut selain disebabkan oleh munculnya jenis jasa perbankan yang baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dengan perkembangan kemajuan teknologi saat ini, maka akan semakin meningkat pula kebutuhan akan produk-produk perbankan beserta fasilitasnya agar dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehingga akan dapat mengoptimalkan dan mengefesiesikan waktu. Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menyimpan dana guna menghindari resiko.

Pelayanan ini jelas menjadi sangat penting dari pelayanan yang diberikan terutama oleh sumberdaya manusianya yaitu karyawan yang bertugas menghadapi atau melayani langsung pelanggan. Sumberdaya manusia ini adalah asset yang dimiliki oleh perusahaan jasa tersebut di samping fasilitas penunjang lainnya seperti misalnya kemajuan teknologi, namun kemajuan teknologi dapat di kejar bahkan di dahului dengan perkembangan teknologi saat ini.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan pada 16 Desember 1895 oleh Raden Aria Wirjaatmadja, di Purwokerto, Jawa Tengah. Awal didirikan Bank ini diberi nama Hulp en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Priyayi, berkebangsaan Indonesia atau pribumi. Setelah masa

kemerdekaan, BRI menjadi Bank pertama milik pemerintah. Hal ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946 Pasal 1 yang menegaskan BRI menjadi Bank milik pemerintah. Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Bank Rakyat Indonesia mempunyai Visi adalah menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*. Ini merupakan penjabaran dari keinginan yang kuat untuk membawa perusahaan tumbuh berkembang dan berkinerja baik di kancah nasional.

Bank Rakyat Indonesia mempunyai Misi melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang

professional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan *risk management excellence*, memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

Pada saat ini BRI menjadi salah satu bank terbesar milik pemerintah, bahkan jumlah nasabahnya pun tercatat yang paling banyak di antara bank-bank sekelasnya. BRI adalah bank tertua di Indonesia tetapi peringkatnya tidak dapat menduduki di peringkat nomor satu, berikut data peringkat Bank BRI berdasarkan peringkat *Top Brand Index* tahun 2017-2020 dilihat dari kategori *Banking* dan *Finance* dan Kategori *E – Channel*, dapat dilihat di dalam Tabel 1.1

**Tabel 1. 1**  
**Tabel Top Index**

Kategori	Top Brand Index (TBI)			
	2017	2018	2019	2020
<b>PRODUK TABUNGAN (BANKING AND FINANCE)</b>				
Tahapan BCA	29,4%	29,1%	24,4%	25%
<b>BRI BritAma</b>	<b>19,9%</b>	<b>17%</b>	<b>15,1%</b>	<b>13,2%</b>
Tabungan Mandiri	17,5%	14,6%	7,4%	7,6%
<b>BRI Simpedes</b>	<b>11,1%</b>	<b>10,5%</b>	<b>16,6%</b>	<b>15,5%</b>
BNI Taplus	9,6%	10,4%	10,2%	9,2%
<b>MOBILE BANKING (E-CHANNEL)</b>				
M-BCA	49,4%	54,2%	48,8%	48,1%
M-Banking Mandiri	21,2%	16,6%	22,7%	21,1%
BNI Mobile	9,8%	12,3%	10,1%	12,2%
<b>BRI Mobile</b>	<b>11,5%</b>	<b>11%</b>	<b>10,2%</b>	<b>12,2%</b>
<b>INTERNET BANKING (E-CHANNEL)</b>				
Klik BCA	53,7%	60,2%	54%	53,3%
Internet Banking Mandiri	20,2%	16,9%	20%	19%

Lanjutan Tabel 1. 1

Kategori	Top Brand Index (TBI)			
	2017	2018	2019	2020
BNI Internet Banking	9,6%	11,5%	6,3%	7,9%
<b>Internet Banking BRI</b>	<b>10,6%</b>	<b>8,5%</b>	<b>9%</b>	<b>10,3%</b>
Kategori	Top Brand Index (TBI)			
	2017	2018	2019	2020
<i>CALL CENTER (E-CHANNEL)</i>				
Halo BCA	42,3%	41,2%	44,8%	48,1%
Mandiri Call	22,7%	15,8%	14%	21,6%
<b>Call BRI</b>	<b>16,2%</b>	<b>15,4%</b>	<b>6,5%</b>	<b>13%</b>
BNI Call	9,4%	13,6%	4,6%	5,6%

Sumber: Top Award

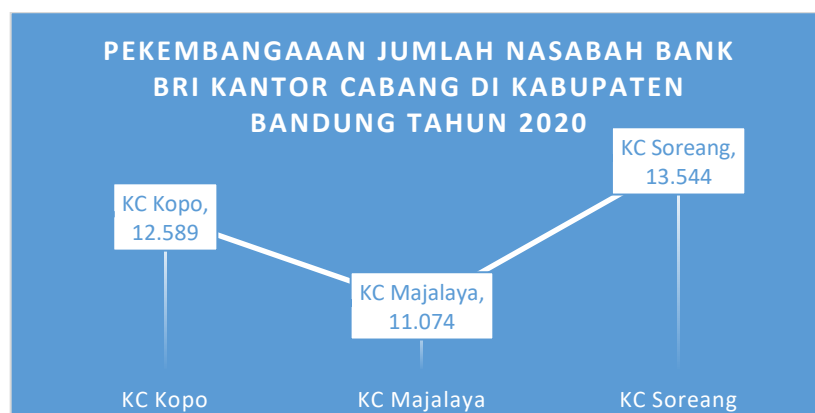
Berdasarkan pada Tabel 1.1 dapat terlihat pada tahun 2017 - 2020 BRI masih mempertahankan posisinya menjadi TOP BRAND dimana Bank BRI tahun 2014 pada Produk Tabungan kategori Banking and Finance pada tabungan (BRI Britama) menduduki peringkat ke -2 pada Top Brand Index dan memperoleh predikat TOP sebesar 19,9%, sedangkan pada Internet Banking kategori E-Channel pada (Internet Banking BRI) menduduki peringkat ke-3 pada Top Brand Index memperoleh predikat TOP sebesar 10,6%. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI tersebut.

Bank Rakyat Indonesia yang berpengalaman lebih dari 120 tahun, senantiasa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam merespon berbagai kebutuhan nasabah. Dengan didukung oleh layanan perbankan yang prima, jutaan transaksi nasabah dikelola selama 24 jam sehari 7 hari seminggu melalui fasilitas layanan yang tersebar secara luas di seantero negeri. Seiring dengan tumbuh kembangnya negara, Bank BRI secara dinamis terus berinovasi untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan layanan perbankan sekaligus tetap konsisten dengan tekad menjadi mitra utama bagi masyarakat Indonesia dalam mengembangkan perekonomiannya. Bank Rakyat Indonesia adalah perusahaan perbankan yang sedang tumbuh dan berusaha meraih

pangsa pasar dengan cara menumbuhkan kepercayaan dari nasabah. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri perbankan adalah dengan menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, perusahaan sangat memprioritaskan kualitas pelayanan dan produk-produk unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah yang diharapkan setelah nasabah puas maka akan timbul loyalitas pada perusahaan.

Produk yang ditawarkan oleh BRI untuk menarik minat nasabah salah satunya ialah berbagai jenis macam tabungan, seperti tabungan BritAma, Simpedes TKI, Simpedes, Haji, BritAma Bisnis, BritAma Dollar, BritAma Valas, Britama Rencana, BritAma Junior, dan Tabunganku. Produk tabungan yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari tabungan untuk dewasa, anak-anak hingga tabungan Haji dan asing, ini akan memudahkan nasabah dalam memilih produk yang sesuai dalam kebutuhan menyimpan uang.

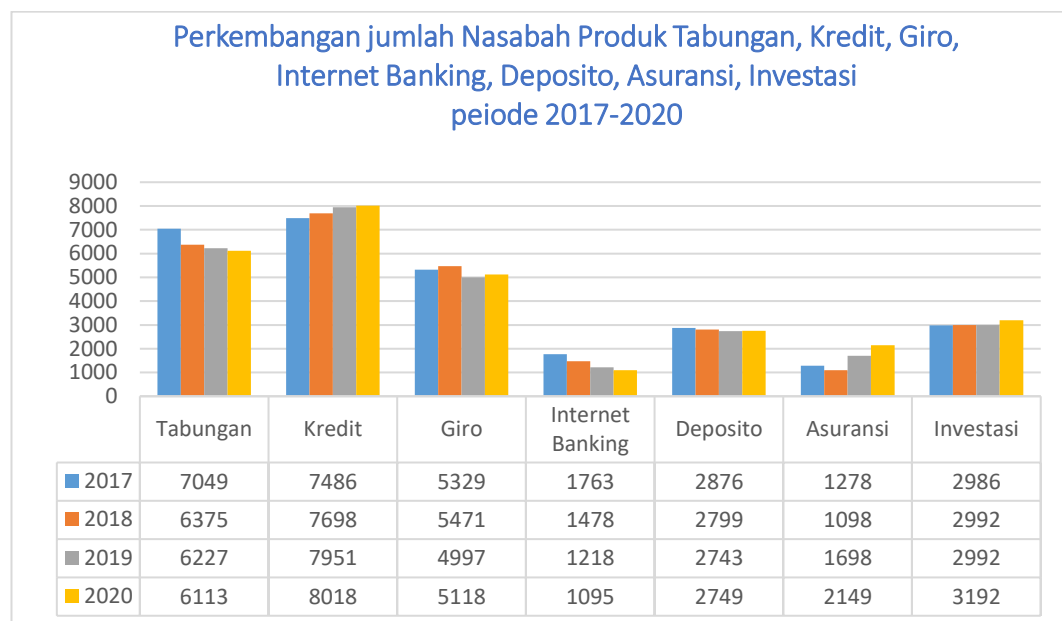
Produk bank BRI juga tidak lepas dari E-Banking BRI. Ini karena perbankan online sudah begitu menjamur di tengah masyarakat dan sering digunakan. Dukungan E-Banking BRI meliputi ATM BRI, phone banking BRI, SMS banking BRI, internet banking BRI, KIOSK BRI, E-Buz BRI, MoCash, BRIZZI hingga EDC Merchant.



Sumber: Bank BRI KC Majalaya

**Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank BRI Kantor Cabang di Kabupaten Bandung tahun 2020**

Perkembangan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang di Kabupaten Bandung Tahun 2020. Terlihat pada perkembangan jumlah nasabah pada Kantor Cabang Soreang berada diposisi tertinggi dengan jumlah nasabah 13.544 untuk di posisi kedua yaitu Kantor Cabang Kopo dengan jumlah nasabah 12.589, diurutan ketiga yaitu Kantor Cabang Majalaya dengan jumlah nasabah 11.074.



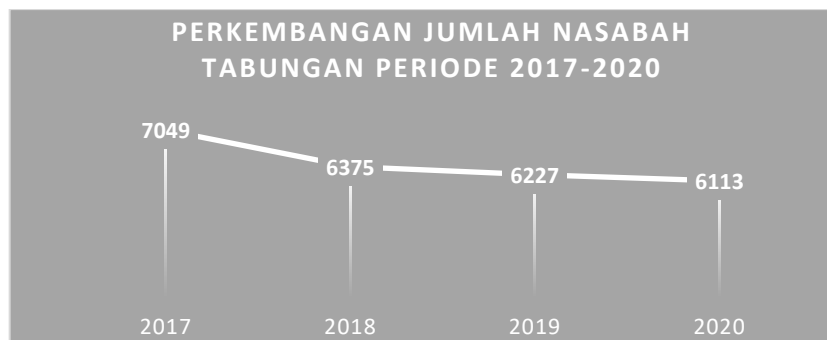
Sumber: Bank BRI KC Majalaya

**Gambar 1. 2 Perkembangan jumlah Nasabah Produk Tabungan, Kredit, Giro, *Internet Banking*, Deposito, Asuransi, Investasi periode 2017-2020**

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa perkembangan produk tabungan, giro, *Internet Banking*, deposito, asuransi, investasi selama periode tahun 2017-2020 dapat dilihat bahwa produk bank yang mengalami penurunan sangat signifikan adalah produk tabungan dan *Internet Banking* terlihat dari data diatas bahwa tabungan dan *Internet Banking* dari tahun ke tahun mengalami penurunan.

BRI Kantor cabang Majalaya yang berada di Jalan Laswi, Kabupaten Bandung salah satu cabang perusahaan yang mengedepankan kualitas produk tabungan dan kepuasan nasabah, kepuasan nasabah sangat diperhatikan karena akan

berdampak pada peningkatan penjualan produk. Andreson et. al (2012:46) kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan. Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.



Sumber: Bank BRI KC Majalaya

**Gambar 1. 3 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank BRI kantor cabang Majalaya periode 2017-2020**

Gambar diatas menunjukkan penurunan jumlah nasabah tahun 2017 ke tahun 2020. Hal ini disebabkan karena Bank BRI Kantor Cabang Majalaya belum memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah, karena nasabah merasa belum mendapatkan nilai lebih selama menjadi nasabah, sehingga nasabah tidak merekomendasikan kepada orang lain. Ini menunjukkan kurangnya kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah terhadap Bank BRI Kantor Cabang Majalaya.

Di bawah ini tergambar fenomena pertumbuhan keluhan atas ketidakpuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Majalaya, sebagai berikut :



**Tabel 1. 2**  
**Data Keluhan Nasabah Bank BRI KC Majalaya pada tahun 2020**

No	Jenis Keluhan	Jumlah nasabah yang komplain	Presentase (%)
1.	Setoran awal produk tabungan	113	1,84
2.	Biaya pengganti buku yang rusak	96	1,58
3.	Pembuatan Internet Banking	126	2,06
4.	Sistem Internet Banking	203	3,32
5.	Keamanan Internet Banking	154	2,51
Jumlah		719	11,76

Sumber:

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa keluhan nasabah yang menggambarkan bahwa adanya ketidakpuasaan dari nasabah Bank BRI KC Majalaya terhadap sebagian produk yang ditawarkan.

Penelitian ini memilih Bank BRI kantor cabang Majalaya sebagai objek penelitian didasarkan oleh adanya data keluhan nasabah pada kantor cabang tersebut. Berikut adalah penelitian pendekatan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Majalaya:

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Pra-Survey Mengenai Kepuasan Nasabah pada Bank BRI kantor cabang Majalaya**

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban						Rata-Rata	Kriteria
				SS	S	KS	TS	STS	Total		
1	Kepuasan Nasabah	Kinerja	Puas Terhadap Produk yang ada di BRI	1	4	15	9	1	30	2,83	Kurang Baik
			Puas Terhadap Pelayanan pada PT. Bank BRI Kantor Cabang Majalaya	2	5	9	10	3	30	2,67	Kurang Baik

**Lanjutan Tabel 1. 3**

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban						Rata-Rata	Kriteria
				SS	S	KS	TS	STS	Total		
		Harapan	Proses Pelayanan yang diberikan sesuai dengan Harapan	1	5	8	15	2	30	2,7	Kurang Baik

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner pra-survey, Januari 2021

Tabel 1.3 merupakan hasil survey pra-penelitian pada bulan Januari 2021 di Bank BRI Kantor Cabang Majalaya, dengan jumlah responden 30 orang untuk mengetahui penurunan jumlah nasabah pada Bank BRI kantor cabang Majalaya. Berdasarkan hasil survey tersebut, dapat dilihat bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah di Kantor Cabang BRI Majalaya. Untuk memuaskan pelanggan, perusahaan cukup memberi benefit fungsional sesuai dengan ekspektasi.

Produk adalah salah satu variabel dalam kelompok marketing mix yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah pada suatu bank. Dalam persaingan dunia perbankan sedang berlomba menarik nasabah dengan menyajikan produk yang benar-benar dapat memberikan kepuasan yang signifikan. Konsumen akan memilih produk yang terbaik dari banyak pilihan yang sangat kompetitif, keadaan ini mengharuskan setiap perusahaan kreatif membuat produk yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang memuaskan. Produk yang berkualitas adalah produk yang akan dicari oleh para konsumen, karena konsumen menginginkan terpenuhinya kepuasan apabila menggunakan produk tersebut.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Salah satu tujuan dari

pelaksanaan kualitas produk adalah untuk mempengaruhi nasabah dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, jenis dan mutu produk itu sangat penting. Perusahaan yang jenis produknya sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut (Kurniawan, 2017: 143)

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Pra-Survey Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Pada Bank BRI Kantor Cabang Majalaya**

No	Variabel	Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata-Rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
1	<i>Product</i>	Bank BRI menjaga citra perusahaanya sangat baik	2	5	5	12	6	30	2.5	Kurang Baik
		Produk yang ditawarkan Bank BRI Beragam	9	9	5	5	2	30	3.6	Baik
		Produk pada Bank BRI berkualitas baik	3	3	10	7	7	30	2.6	Kurang Baik
2	<i>Price</i>	Bunga di Bank BRI relatif lebih kecil dibanding pesaing yang Sejenis	9	9	7	5	-	30	3.73	Baik
3	<i>Place</i>	Lokasi Bank BRI Kantor Cabang Majalaya sangat strategis dan terjangkau	8	5	15	2	-	30	3.63	Baik
		Banyaknya sarana transportasi yang tersedia untuk ke Bank BRI Kantor	6	10	9	5	-	30	3.56	Baik

Lanjutan Tabel 1. 4

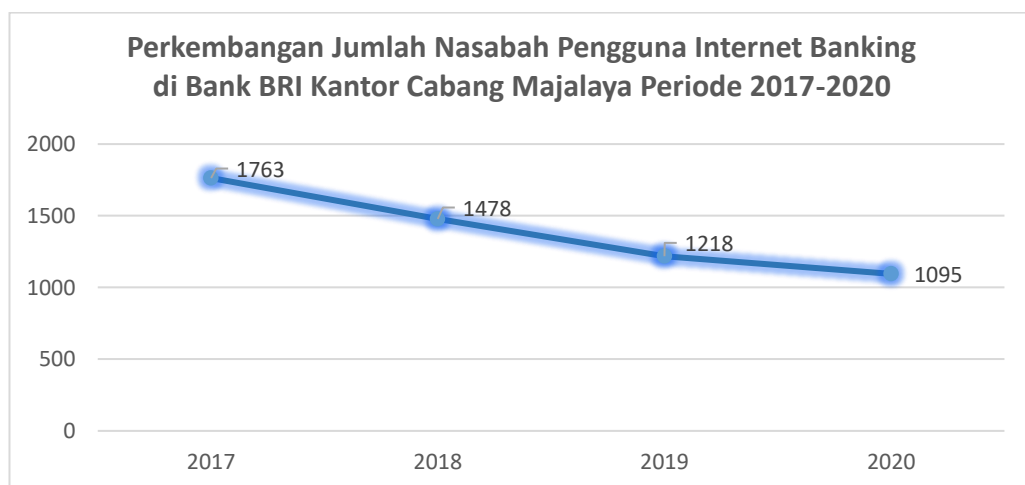
No	Variabel	Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata-Rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
		Cabang Majalaya								
4	<i>Promotion</i>	Promosi melalui media (koran, radio, media sosial, Televisi) sangat Menarik	9	9	5	5	2	30	3,6	Baik
		Web yang disediakan sangat lengkap dalam mencari informasi	5	11	8	5	1	30	3,46	Baik
5	<i>People</i>	Bank BRI Kantor Cabang Majalaya profesional dalam melakukan pelayanan	3	3	10	10	4	30	2,7	Kurang Baik
		Semua karyawan mengutamakan kepuasan nasabahnya	3	3	8	8	8	30	2,5	Kurang Baik
6	<i>Process</i>	Karyawan sangat teliti dalam pencatatan data transaksi tanpa ada kesalahan	10	10	5	3	2	30	3,76	Baik
		Proses transaksi di Bank BRI Kantor Cabang Majalaya sangat cepat	7	8	8	5	2	30	3,43	Baik
7	<i>Physical Evidance</i>	Bank BRI Kantor Cabang Majalaya memiliki fasilitas <i>interior</i> yang sangat menarik	5	14	6	4	1	30	3,6	Baik
		Jumlah (mesin atm, parkir dan kursi tunggu) sudah memadai	8	8	10	2	2	30	3,6	Baik

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner pra-survey, Januari 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank BRI Kantor Cabang

Majalaya. Masalah tertinggi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank semestinya melebihi harapan nasabah sehingga dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi.

Perkembangan perbankan BRI kantor cabang Majalaya saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, termasuk layanan *Internet Banking*. Layanan *internet banking* saat ini dimiliki oleh hampir semua bank umum yang ada, baik dengan jenis *delivery channel* yang sangat umum (seperti ATM) maupun dengan jenis *delivery channel* lainnya seperti SMS, *telephone* dan EDC (*Electronic Data Capture*). *Internet banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan. Hal tersebut juga sejalan dengan perkembangan media sosial maupun kebijakan yang ada untuk mewujudkan atau mengarahkan transaksi pada masyarakat dilakukan tidak melulu dengan uang tunai, sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan yang modern, efektif, dan efisien melalui *internet banking*.



Sumber: Bank BRI Kc Majalaya

**Gambar 1. 4 Perkembangan Jumlah Nasabah Pengguna Internet Banking di Bank BRI Kantor Cabang Majalaya periode tahun 2017-2020**

Berdasarkan Gambar 1.4 di atas menunjukkan penurunan jumlah nasabah pengguna *internet banking* BRI kantor cabang Majalaya dari tahun 2017 ke tahun 2018. Hal ini yang menjadi dasar penelitian untuk mengetahui apakah ada faktor yang mempengaruhi dari kualitas layanan *internet banking* BRI kantor cabang Majalaya terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Pra-Survey Mengenai Layanan Internet Banking Pada Bank BRI**  
**Kantor Cabang Majalaya**

No	Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata-rata	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS			
1.	Layanan <i>Internet Banking</i> bank BRI memproses transaksi dengan baik	3	3	8	8	8	30	2,5	Kurang Baik
2.	Layanan <i>Internet Banking</i> BRI memiliki teknologi dan jaringan internet yang baik	1	5	8	15	2	30	2,7	Kurang Baik
3.	<i>Internet Banking</i> BRI memiliki konsep dan tampilan yang dapat mempermudah nasabah melakukan transaksi	8	5	15	2	-	30	3,63	Baik
5.	Saya merasa puas menggunakan fasilitas <i>Internet Banking</i> karena transaksi yang dilakukan berhasil dengan lancar dan tanpa hambatan	6	6	10	4	4	30	3,2	Baik
6.	Saya percaya dengan fasilitas <i>Internet Banking</i> BRI karena terjaminnya system keamanan sehingga dapat menjamin tidak adanya pembobolan dana nasabah	3	3	10	7	7	30	2,6	Kurang Baik

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner pra-survey, Januari 2021

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Majalaya. Masalah tertinggi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa kualitas Layanan *Internet Banking* yang kurang memuaskan.

Pengaruh kualitas pelayanan tabungan dan layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah di perkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Febri Nur Endah (2018) dan Frida Ayu Setianingsih, Endang Etty, dan Edy Supriyadi (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tabungan dan layanan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TABUNGAN DAN LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI CABANG MAJALAYA”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah (*problem identification*) merupakan suatu proses dan hasil pengenalan masalah atau merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti. Berikut ialah permasalahan yang timbul berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perkembangan jumlah nasabah Tabungan BRI kantor Cabang Majalaya cenderung menurun.

2. Produk yang diberikan Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Majalaya belum sepenuhnya memberikan kepuasan kepada nasabah.
3. Kurangnya kepuasan layanan menjadi penyebab timbulnya keluhan yang disampaikan nasabah.
4. Masih rendahnya kepuasan nasabah terhadap Layanan *Internet Banking*.
5. Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *internet banking*, karena jika koneksi internet kurang baik maka secara otomatis nasabah akan kesulitan saat mengaksesnya.
6. *Internet Banking* dapat beresiko terhadap pencurian dana nasabah.
7. *Internet Banking* dapat beresiko adanya pembobolan data nasabah.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Tabungan di Bank BRI kantor cabang Majalaya
2. Bagaimana Tanggapan Nasabah Tentang Layanan *Internet Banking* yang diberikan oleh Bank BRI kantor cabang Majalaya
3. Bagaimana Tanggapan Nasabah Tentang Kepuasan di Bank BRI kantor cabang Majalaya
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tabungan dan layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Majalaya baik secara simultan maupun parsial.



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengkaji hal berikut:

1. Tanggapan nasabah tentang kualitas pelayanan tabungan di Bank BRI cabang Majalaya
2. Tanggapan nasabah tentang layanan *Internet Banking* yang diberikan oleh Bank BRI cabang Majalaya
3. Tanggapan nasabah tentang kepuasan di Bank BRI cabang Majalaya
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan tabungan dan layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Majalaya baik secara simultan maupun parsial.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan

#### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai kualitas pelayanan tabungan, layanan *internet banking* dan kepuasan nasabah baik secara teori maupun kasus pada nasabah dan perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Bahan masukan pentingnya mengetahui kualitas pelayanan tabungan dan layanan *internet banking* Bank BRI serta sejauh mana kedua variable tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, guna menunjang pencapaian tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

c. Bagi Penelitian Lebih Lanjut

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan tolok ukur bagi penelitian selanjutnya

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis pada bidang manajemen pemasaran khususnya Kualitas Pelayanan Tabungan, Layanan *Internet Banking*, dan Kepuasan Nasabah.