

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah:

“Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Menurut Andrianto, et al (2019:2) menyatakan, “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya”.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2014:6) menyatakan:

“Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran”.

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018:10) memberikan penjelasan tentang bank, yaitu:

“Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana masyarakat atau menerima simpanan uang dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau peminjaman uang, dan juga menerbitkan promes (*banknote*) demi meningkatkan taraf hidup masyarakat luas”.

Dengan beberapa pengertian di atas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2.1.1.1 Fungsi Bank

Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berdasarkan Demokrasi Ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utamanya adalah sebagai penghimpun dan pengatur dana masyarakat dan bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak (Pasal 2,3 dan 4 UU Perbankan No.10 Tahun 1998).

Menurut I Gusti, dkk dalam Bhaihaqqy (2021:83) secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk bertujuan atau sebagai *financial intermediary*. Secara lebih spesifik bank berfungsi sebagai:

1) *Agent of trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan di salah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola

dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

2) *Agent of development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sector riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3) *Agent of services*

Selain penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan. Berdasarkan fungsi spesifik bank, maka terdapat pula fungsi utama bank, yaitu:

a) *Menghimpun Dana dari Masyarakat*

Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Untuk itu masyarakat akan mempercayakan dananya untuk disimpan di bank dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak bank. Selain dari segi keamanan, tujuan masyarakat menyimpan dananya di bank yaitu untuk berinvestasi, sebab bank akan memberikan keuntungan berupa

tingkat pengembalian atau *return* yang akan diperoleh nasabah berdasarkan kebijakan bank yang bersangkutan.

b) Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Bank akan menyalurkan dananya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman. Melalui penyaluran dana tersebut maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut berupa pendapatan bunga. Kegiatan penyaluran dana ini memberikan pendapatan yang cukup besar bagi bank. Namun untuk mendapat pinjaman dana dari bank (kredit) maka nasabah harus memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh bank.

c) Pelayanan dan Jasa Perbankan

Selain simpanan, bank juga menawarkan berbagai produk pelayanan jasa perbankan kepada nasabah. Produk pelayanan jasa perbankan tersebut antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa lainnya. Seiring dengan arus globalisasi saat ini. Terutama bagi mereka yang bergerak dalam bidang bisnis dan berpacu dengan waktu. Untuk memenuhi tuntutan kebutuhan nasabah tersebut, maka saat ini banyak sektor perbankan yang berlomba untuk melakukan inovasi produk dan meningkatkan teknologi serta system informasi demi memberikan kepuasan pelayan kepada nasabah.

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018:14) Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank memiliki fungsi utama sesuai dengan tugasnya, fungsi utama bank dapat dikategorikan menjadi :

1) Menghimpun dana dari masyarakat

Bank menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan, deposito berjangka, giro ataupun bentuk simpanan lainnya. Dengan penghimpun dana ini, bank menjamin keamanan uang masyarakat tersebut sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut.

2) Menyalurkan dana kepada masyarakat

Setelah menghimpun dana dari masyarakat, bank akan menyalurkan dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan melalui sistem kredit atau pinjaman. Dengan penyaluran dana tersebut maka tujuan bank dalam pelaksanaan pembangunan nasional dapat terpenuhi. Masyarakat yang membutuhkan dana dapat menyejahterakan kehidupannya dan menghasilkan usaha yang mendukung pembangunan nasional.

Sedangkan fungsi sampingan dari bank termasuk layanan-layanan jasa bank lainnya menurut Sumartik dan Hariasih (2018:15) adalah sebagai berikut:

1) Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran

Selain menyalurkan dana, sebagai intermediasi bank juga berfungsi sebagai pendukung kelancaran mekanisme transaksi di masyarakat. Jasa yang ditawarkan untuk menunjang fungsi ini termasuk transfer dana antar rekening dalam negeri, penyediaan fasilitas pembayaran secara kredit seperti kartu

kredit, jasa pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, sarana penyaluran gaji karyawan ataupun penghasilan lainnya.

2) Mendukung kelancaran transaksi internasional

Bank juga dibutuhkan untuk memperlancar transaksi internasional. Kesulitan bertransaksi karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter antara dua pihak yang berbeda negara akan selalu hadir. Kehadiran bank akan memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut dengan lebih mudah, cepat, dan murah. Bank memastikan kelancarannya melalui jasa penukaran mata uang asing ataupun transfer dana luar negeri untuk transaksi internasional.

3) Penciptaan uang

Uang yang diciptakan oleh bank ini merupakan uang giral yang berarti alat pembayaran lewat mekanisme pemindahbukuan (kliring). Proses penciptaan uang diregulasi oleh bank sentral untuk pengaturan jumlah uang yang beredar karena dapat mempengaruhi ekonomi.

4) Sarana investasi

Kini bank juga dapat berfungsi sebagai sarana investasi melalui jasa reksa dana atau produk investasi yang ditawarkan bank sendiri seperti derivatif, emas, mata uang asing, saham.

5) Penyimpanan barang berharga

Fungsi bank yang telah tersedia dari dahulu kala adalah penyimpanan barang berharga. Nasabah dapat menyimpan barang berharganya seperti perhiasan,

emas, surat-surat berharga, ataupun barang berharga lainnya. Bank juga dapat menyewakan *safe deposit box*.

Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman serta menawarkan berbagai produk pelayanan jasa perbankan kepada masyarakat dengan tujuan untuk membantu permasalahan ekonomi yang dialami masyarakat.

2.1.1.2 Tujuan Bank

Menurut Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Tujuan Bank adalah: “Perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan dalam meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”. Maka dari tujuan bank yang ada dalam undang-undang tersebut dapat diartikan bahwa tujuan bank adalah membantu pemerintah Indonesia untuk menjalankan tugasnya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan meningkatkan ekonomi yang ada di Indonesia.

2.1.2 Kepuasan Nasabah

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau puas yang diterima oleh nasabah ketika pelayanan yang berikan kepada nasabah sesuai dengan harapannya. Seorang nasabah yang senang akan pelayanan yang diberikan kepadanya akan menimbulkan suatu perasaan puas sehingga nasabah senantiasa akan menjadi nasabah yang royal kepada perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012:301): “Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”.

Menurut Kasmir (2017:236) mengatakan bahwa: “Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa”.

Menurut Kasmir (2017:245) mengatakan bahwa: “Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya”.

Menurut Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

“Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang”.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan nasabah yaitu tingkat perasaan seseorang nasabah setelah membandingkan kinerja produk atau kinerja jasa yang nasabah rasakan sesuai dengan harapannya. Jika apa yang diberikan perusahaan atau instansi keuangan bank telah memenuhi keinginan nasabah maka nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Begitupun sebaliknya apabila keinginan nasabah atas pelayanan kinerja jasa bank tidak seperti apa yang nasabah inginkan, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah akan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu sangat penting bagi pihak bank untuk mengetahui kepuasan nasabahnya atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sebagai cara untuk mempertahankan nasabah yang royal kepada bank.

2.1.2.2 Dimensi-Dimensi Kepuasan Nasabah

Dimensi-Dimensi Kepuasan Nasabah menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

Menurut Irawan (2003:24) terdapat tiga dimensi kepuasan pelanggan, yaitu:

- a) *Satisfaction Toward Quality*, yaitu kepuasan terhadap kualitas produk dan untuk servis industri, kualitas merujuk kepada kualitas pelayanan.
- b) *Satisfaction Toward Value*, yaitu kepuasan terhadap harga dengan tingkat kualitas yang diterima.
- c) *Perceived Best*, yaitu untuk mengetahui keyakinan apakah merek produk yang digunakan adalah yang terbaik kualitasnya dibandingkan dengan merek produk pesaing lainnya.

Tjiptono (2014: 355) mengemukakan pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh dimensi utama, yaitu:

- a) Barang dan jasa berkualitas

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standar harus menyamai para pesaing utama dalam industri.

- b) *Relationship marketing*

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

c) Program layanan loyalitas

Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjamin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini memberikan semacam penghargaan (*Reward*) khusus (seperti bonus, diskon, *voucher*, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan) kepada pelanggan agar tetap loyal pada perusahaan.

d) Fokus pada pelanggan terbaik (*best customers*)

Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan pokok dalam hal fokus pada pelanggan yang paling berharga.

e) Sistem penanganan secara efektif

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal.

f) *Unconditional guarantees*

Unconditional guarantees dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang di sampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerjanya yang dapat diharapkan bakal diterima.

g) Program *pay-for-performance*

Program kepuasan pelanggan tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang

berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan kewajiban memuaskan, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan pelanggan meliputi *satisfaction toward quality*, *satisfaction toward value*, dan *perceived best*. Dimensi kepuasan pelanggan tersebut akan digunakan sebagai tolok ukur dalam pembuatan skala psikologis. Kemudian kepuasan pelanggan akan tercipta jika ada program-program kepuasan pelanggan yang meliputi tujuh dimensi utama, yaitu barang dan jasa berkualitas, *reletionship marketing*, program promosi loyalitas, fokus pada pelanggan terbaik, sistem penanganan komplain secara efektif, *unconditioning guarantees*, dan program *pay-for-performance*.

2.1.2.3 Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Nasabah

Menurut Meithiana (2019:87) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

a) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek

tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Irawan (2003:22) juga mengemukakan terdapat lima faktor penting mengenai kepuasan pelanggan, yaitu:

a) Kualitas produk

Konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk adalah *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *feature*, dan lain-lain.

b) Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan ini sudah banyak dikenal seperti yang dikonsepsikan oleh *servqual* yang meliputi 5 dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, and *tangible*.

c) Faktor emosional

Konsumen yang merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelanggan.

e) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu faktor kualitas produk, faktor kualitas pelayanan, faktor emosional, faktor harga, dan faktor biaya. Kelima faktor di atas dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan bergantung pada evaluasi pelanggan terhadap kelima faktor tersebut

2.1.2.4 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, et al dalam Meithiana (2019:88) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

a) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang

bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d) *Survei kepuasan pelanggan*

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode pengukuran kepuasan pelanggan dapat diukur dengan empat cara pengukuran yaitu diantaranya dengan menggunakan sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *los customer analysis* dan survei kepuasan pelanggan.

2.1.3 Internet banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018) *Internet banking* merupakan fasilitas yang dapat dinikmati nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet kapan saja dan dimana saja.

2.1.3.1 Pengertian Internet banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2015:10) menyatakan bahwa:

“*Internet banking* adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Yang merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank”.

Menurut Basoeky (2021:89): “*Internet banking* merupakan bagian dari *electronic banking based on personal channel*.”

Dapat disimpulkan bahwa *internet banking* adalah jasa layanan untuk melakukan transaksi atau pembayaran yang diberikan oleh lembaga perbankan untuk nasabahnya yang dapat dilakukan secara *online* melalui *smartphone* dengan bantuan jaringan internet yang dapat membantu nasabahnya untuk menghemat waktu tanpa harus datang langsung ke bank, karena dengan *internet banking* transaksi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.

2.1.3.2 Fitur Internet banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2015:11) fitur layanan dari *internet banking* antara lain:

- 1) Informasi umum rekening tabungan atau giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, baik transfer antar rekening maupun antar bank.
- 2) Pembelian pulsa, pembelian tiket dan penempatan deposito.
- 3) Layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, dan pembayaran, misalnya pembayaran telepon, internet, kabel TV, asuransi, listrik dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

2.1.3.3 Cara Kerja Internet banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2015:11) untuk menggunakan *internet banking*, nasabah harus memiliki *user id*, *password*, media token atau *One Time Password* (OTP), dan jaringan internet. *User id*, *password*, dan media token dapat diperoleh dengan mendaftarkan diri ke bank. Saat menggunakan *internet banking*, nasabah harus memastikan *website* yang diakses adalah *website internet banking* milik bank, kemudian nasabah akan diminta untuk memasukkan *user id* dan *password* pada halaman muka atau login. Pada saat melakukan transaksi finansial, nasabah akan diminta untuk memasukkan sandi OTP yang diperoleh dari media token atau SMS. Setelah transaksi selesai, nasabah harus memastikan telah keluar atau *log out* dari halaman *internet banking*. Bank mengirimkan notifikasi melalui e-mail sebagai bukti bahwa transaksi telah berhasil. Notifikasi e-mail ini juga

sebagai pengendalian agar nasabah mengetahui jika akun *internet banking*-nya digunakan oleh orang lain.

2.1.3.4 Manfaat Internet banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018) manfaat dari internet banking yaitu sebagai berikut:

- 1) Praktis (tidak perlu membawa dan menghitung uang tunai) dan aman (menggunakan PIN atau kode rahasia).
- 2) Memudahkan transaksi *non* finansial dan transaksi finansial tanpa harus datang ke cabang bank, namun cukup menggunakan perangkat telepon seluler ataupun perangkat elektronik lainnya yang memiliki akses internet.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2015:10) menyatakan bahwa layanan *internet banking* memberikan kemudahan bagi pemilik rekening untuk dapat mengakses rekeningnya melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak *browser* di jaringan internet melalui *website* resmi bank yang bersangkutan tanpa menggunakan aplikasi tertentu. Fleksibilitas dan mobilitas seseorang yang semakin cepat didukung dengan kehadiran layanan internet menuntut layanan perbankan yang juga lebih mudah dan cepat. *Internet banking* menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan yang cepat, aman, nyaman, murah, dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja, baik itu dari telepon cerdas seluler (*smartphone*), personal computer (PC), laptop atau notebook, *personal digital assistant* (PDA), dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian tersebut, *internet banking* bermanfaat sebagai layanan yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dengan *smartphone* yang didukung oleh jaringan internet.

2.1.3.5 Jenis Kegiatan *Internet banking*

Menurut Nurastuti dalam Basoeky (2021:90) menyatakan bahwa jenis kegiatan *internet banking* dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Informational Internet banking*, yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk penyampaian berbagai informasi bank seperti program promosi bank, cara pembukaan rekening baru, kontak layanan nasabah, informasi tentang produk bank, informasi tingkat suku bunga bank dan lain sebagainya, melalui jaringan internet dengan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- 2) *Communicative Internet banking*, yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk interaksi komunikasi antara bank dengan nasabah secara terbatas seperti *chatting*, *call center* dan lain sebagainya dengan tidak melakukan eksekusi transaksi.
- 3) *Transaction Internet banking*, yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan pihak bank dengan melakukan eksekusi transaksi seperti pemindah bukuan (*transfer*), pembayaran tagihan dan lain sebagainya. Peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia terkait dengan pengelolaan atau manajemen risiko penyelenggaraan kegiatan *internet banking* adalah Peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank melalui internet (*internet banking*) yang menjadi kunci utama dalam layanan internet banking dalam

pengelolaan resiko adalah peningkatan kualitas layanan kepada nasabah *internet banking*.

2.2 Pendekatan Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (*funding*) dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (*lending*) dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Menghimpun dana adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas.

Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat tertarik menanamkan dananya dalam bentuk simpanan, oleh karena itu sektor perbankan saat ini telah menerapkan suatu program digitalisasi perbankan, dimana masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan *smartphone* dimanapun dengan dukungan jaringan internet.

Pembukaan buku rekening atau tabungan secara *online* melalui teknologi digital dengan didukung oleh jaringan internet. Adanya *digital saving* dapat mempermudah masyarakat untuk pembuatan buku rekening tanpa harus datang ke bank.

Sama halnya dengan salah satu bank terbesar yang ada di Indonesia yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang menerapkan digitalisasi

perbankan. Salah satu unit Bank BRI yaitu Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Unit Sindangherang Ciamis yang ikut serta dalam menerapkan *digital saving* dengan menggunakan *internet banking* BRImo.

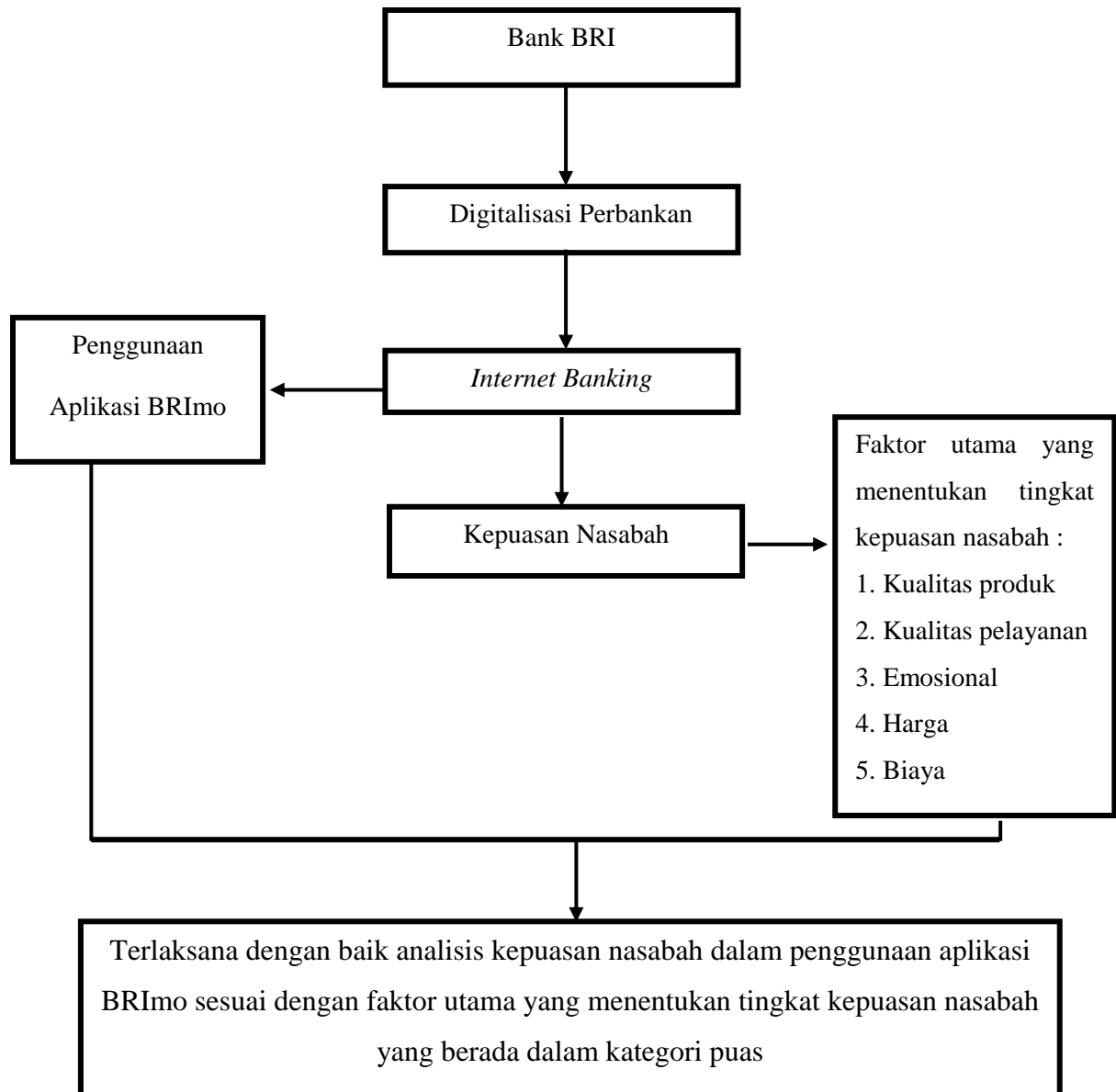
Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Unit Sindangherang Ciamis senantiasa harus mengutamakan kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi *internet banking* BRImo, pihak bank dalam memberikan layanannya harus pintar dalam menarik nasabah untuk menggunakan aplikasi *internet banking* BRImo. Karena dengan adanya *internet banking* BRImo ini dapat mempermudah transaksi khususnya dalam menjembatani kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam hal mempercepat pelayanan jasa bank.

Dengan adanya gerakan digitalisasi perbankan yaitu pengurangan kartu *Automatic Teller Machine* yang diganti dengan menggunakan *internet banking* atau aplikasi BRImo yang harus menggunakan bantuan internet maka Bank Rakyat Indonesia harus mengetahui dan peka terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *internet banking* BRImo tersebut.

Kepuasan nasabah adalah harapan atau perasaan seseorang atas layanan jasa atau produk yang telah diberikan. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh nasabah sesuai dengan kenyataannya. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan kepuasan nasabah. Hanya saja kepuasan tergantung dari tingkat harapannya.

Meskipun pihak Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Unit Sindangherang Ciamis sudah membantu dan melayani nasabah dalam hal pembuatan *internet banking* BRImo, akan tetapi pihak bank tidak mengetahui

keseluruhannya apakah kepuasan nasabah itu dalam kategori sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas atau sangat tidak puas dalam menggunakan aplikasi *internet banking* BRImo tersebut. Pihak bank hanya sebagai pihak yang melayani nasabah dalam pembuatan BRImo, menjelaskan fitur-fitur yang ada pada *internet banking* dan melayani keluhan dari nasabah terhadap aplikasi *internet banking* BRImo tersebut. Maka dari itu pihak bank seharusnya lebih sadar lagi apakah nasabah telah merasakan suatu kepuasan dalam penggunaan aplikasi *internet banking* BRImo tersebut agar dapat menarik nasabah dan meningkatkan citra Bank Rakyat Indonesia khususnya di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Unit Sindangherang Ciamis. Adapun skema pendekatan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Skema Pendekatan Masalah

Sumber: data diolah oleh penulis, 2023

Gambar 2. 1 Skema Pendekatan Masalah