

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pemanfaatan berbagai macam peralatan dari teknologi untuk sektor jasa keuangan telah menuntun suatu perubahan yang dinilai signifikan pada industri perbankan dunia. Perubahan dari perilaku penggunaan masyarakat yang mengarah ke proses digitalisasi dapat membuat perbankan melakukan proses transformasi menuju digitaisasi. Banyaknya data, transaksi dari digital di seluruh dunia telah mencapai atau tumbuh sebesar 118% dari tahun 2017 hingga 2021, meningkat dari \$3,9 triliun menjadi \$6,75 triliun. Indonesia memiliki peningkatan transaksi digital bahkan lebih besar yaitu mencapai Rp 5.098,6 triliun pada tahun 2018 hingga 2023.

Tahun 2021, dari data bank Indonesia transaksi keuangan dengan cara elektronik juga telah mencapai Rp 786,35 triliun. Angka tersebut hanya meningkat sebesar Rp 281,39 triliun (55,73%) padahal dari tahun-tahun sebelumnya mencapai Rp 504,96 triliun. Secara konseptual, adanya perbedaan yang cukup besar antara *digital bank* dan bank konvensional walaupun keduanya memiliki layanan digital seperti *mobile banking* maupun *internet banking*. *Digital Bank* memiliki kemampuan untuk menangani seluruh proses perbankan seperti halnya pembukaan atau pembuatan rekening, transfer, penyetoran, serta penutupan rekening melalui ponsel cerdas atau perangkat elektronik tanpa mengunjungi bank secara fisik. Kehadiran kantor fisik di bank digital sesuai dengan Peraturan Nomor 12 Tahun 2021. Sementara itu, bank konvensional dengan layanan digital yang dimiliki belum tentu dapat menawarkan seluruh layanan digital dengan maksimal. Bank konvensional umumnya dikenal memiliki banyak cabang.

[1]

Sekarang ini, layanan dengan *platform website* telah menjadi salah satu sarana informatif yang paling populer. Keuntungan utama dari *website* adalah kemampuannya untuk mencakup waktu dan ruang secara tak terbatas.

Namun, agar *website* dapat efektif sebagai media penyampaian informasi, strategi khusus harus diterapkan untuk mencapai hasil maksimal dalam kegiatan operasionalnya. Memanfaatkan koneksi internet sebagai salah satu media informasi dapat membantu menarik lebih banyak konsumen. Tidak hanya terbatas pada website, media informasi juga meluashingga ke jejaring sosial. Oleh karena itu, kondisi seperti ini mendorong diperlukannya sistem informasi yang lebih agresif dan proaktif langsung kepada calon pelanggan ataupun pelanggan yang dianggap memiliki potensi yang cukup. Salah satu pendekatan yang informatif dapat dilakukan adalah tetap melakukan pembaharuan *system* yang diberikan kepada pelanggan dan menjalin hubungan yang baik dengan merek [2].

Indonesia memiliki perkembangan pada sektor perbankan dengan banyaknya bank yang telah menyediakan berbagai macam produk jasanya dalam tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan dari para konsumennya. Salah satu entitas perbankan yang beroperasi di Indonesia adalah PT. BPR BKK Purwokerto, sebuah Badan Usaha Milik Desa (BUMD) yang merupakan bagian dari aset Pemerintahan Provinsi Jawa Tengah. PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda) berfokus pada penyediaan jasa keuangan dan telah berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) guna memastikan keberlanjutan aktivitasnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Meskipun BPR BKK Purwokerto (Perseroda) telah menyediakan berbagai macam produk dan jasa yang dapat diakses melalui *website* resminya yang sudah beroperasi sejak delapan tahun yang lalu, namun masih terdapat kekurangan dalam hal pengukuran kualitas layanan yang disajikan melalui platform online tersebut karena jarang dilakukan pembaharuan. Oleh karena itu, penelitian ini diinisiasi untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan yang terdapat pada website BPR BKK Purwokerto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah E-Servqual, sebuah pendekatan yang telah terbukti efektif dalam menilai dan meningkatkan mutu layanan pada ranah daring. Melalui penelitian ini, dapat teridentifikasi area-area

perbaikan yang perlu diperhatikan oleh BPR BKK Purwokerto (Perseroda) guna meningkatkan kualitas layanan perbankan yang disajikan melalui platform online.

*E-Servqual* dirancang khusus untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan pada jaringan Internet. Kualitas layanan elektronik adalah peningkatan fungsionalitas situs *website* untuk memfasilitasi aktivitas belanja, pembelian, dan penjualan secara efektif dan efisien, ada lima aspek untuk mengukur kualitas layanan elektronik: kualitas informasi, keamanan, fungsionalitas situs web, hubungan pelanggan, dan daya tanggap dan tanggap terhadap kebutuhan [3].

Metode *E-Servqual* sangat cocok digunakan dalam menilai kualitas layanan pada *website* perbankan karena dirancang khusus untuk mengevaluasi pelayanan elektronik. Metode ini memadukan dimensi-dimensi kualitas layanan konvensional dengan aspek-aspek khusus yang terkait dengan lingkungan digital, seperti kecepatan akses, antarmuka pengguna, keamanan, dan ketersediaan informasi secara *online*. *E-Servqual* memungkinkan pengukuran kesenjangan antara harapan dan pengalaman aktual pelanggan, membantu mengidentifikasi dimensi-dimensi yang paling penting bagi pengguna dalam konteks *website* perbankan. Berfokus pada persepsi pelanggan, metode ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan melalui platform *online*, memungkinkan perbaikan yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Sehingga, *E-Servqual* menjadi alat evaluasi yang sangat relevan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan daya saing perbankan dalam ranah daring.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pentingnya meningkatkan kualitas layanan di *website* pada PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda), menjadi fokus utama untuk mengatasi tantangan pengukuran kualitas layanan. Penelitian dengan metode *E-Servqual* diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang area perbaikan yang diperlukan. Meskipun *E-Servqual* efektif dalam

mengevaluasi layanan elektronik, tetapi perlu peningkatan kualitas layanan perbankan secara keseluruhan di platform online. Sinergi antara penelitian kualitas layanan, implementasi metode *E-Servqual*, dan strategi khusus di platform online, PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda) dapat mencapai kemajuan signifikan dalam interaksi dengan konsumen dan daya saing di era digital.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dituangkan diatas, maka dapat diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Bagaimana penelitian dengan metode E-Servqual diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang area perbaikan yang konkret dan spesifik di *website* PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda)?
- 1.3.2 Apa potensi area perbaikan yang dapat diidentifikasi dan diatasi oleh sistem yang direkomendasikan melalui penerapan metode E-Servqual?

### **1.4 Batasan Masalah**

Berikut dibawah ini merupakan Batasan masalah yang pada saat proses penelitian berlangsung:

- 1.4.1 Responden dari penelitian ini adalah nasabah yang mengakses website PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda).
- 1.4.2 Media analisis penelitian ini mempergunakan metode E- Servqual.
- 1.4.3 Penelitian ini menggunakan software smart-PLS v4 untuk menganalisis sejauh mana signifikansi variable *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation* dan *Contact*.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan dari adanya penelitian ini :

- 1.5.1 Penelitian dengan metode *E-Servqual* memberikan pemahaman mendalam tentang area perbaikan yang konkret dan spesifik di website PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda).
- 1.5.2 Potensi area perbaikan yang dapat diidentifikasi dan diatasi oleh system yang direkomendasikan melalui penerapan metode *E-Servqual* adalah suatu hal yang perlu dijelajahi dan dibuktikan.

## **1.6 Manfaat Penulisan**

Manfaat dari adanya penelitian ini :

### 1.6.1 Bagi penulis

Penelitian ini membuat penulis lebih mengerti lebih jauh dan memahami bagaimana cara kerja pemodelan *elektronik service quality* (E-*Servqual*).

### 1.6.2 Bagi Bank BPR Purwokerto

Penelitian ini dapat menjadi bahan perbaikan bagi bank BPR guna meningkatkan layanan website terhadap nasabah.

### 1.6.3 Bagi Institusi

Menjadi referensi untuk analisis kepuasan layanan *website* berikutnya yang menggunakan metode *Servqual*