

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Hadirnya teknologi bank digital menjadi tantangan sekaligus peluang bagi bank-bank umumnya pada saat ini. Terlebih dengan momentum pandemi saat ini, menjadikan m. Perkembangan teknologi khususnya digital banking merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan Bank saat ini karena teknologi merupakan hal yang penting dalam operasional perbankan. Semakin ketatnya persaingan antar bank, maka bank-bank yang ada di Indonesia juga menyempurnakan layanan mereka ke digitalisasi untuk mengikuti perkembangan yang dinamis saat ini.

Awalnya penggunaan teknologi digital adalah untuk mendukung operasional bank, namun saat ini teknologi digital menjadi bagian utama dari bank untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabahnya. Layanan perbankan berbasis teknologi digital yang umum dikenal adalah electronic banking (e-banking) yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui berbagai delivery channel misalnya Automatic Teller Machine (ATM), Internet banking, SMS Banking, Phone Banking dan Mobile Banking.

Perkembangan e-banking diawali dengan pembukaan ATM yang memiliki fungsi utama untuk penarikan tunai. Selanjutnya diikuti dengan peluncuran mesin EDC (Electronic Data Capture) yang berfungsi melayani transaksi pembayaran

nasabah dengan kartu Debit maupun Kredit. Seiring dengan perkembangan jaringan internet, e-banking bertambah dengan adanya layanan internet banking yang dapat diakses melalui komputer atau handphone nasabah. Selanjutnya dengan adanya perkembangan penggunaan telepon seluler yang cukup pesat, hal ini mendorong Bank untuk menyediakan layanan phone banking dan SMS banking bagi nasabah. Layanan ini pada dasarnya memanfaatkan fitur suara, serta pengiriman dan penerimaan teks SMS yang terformat, sehingga dapat dimengerti oleh sistem Bank. Selanjutnya, berkembangnya teknologi jaringan komunikasi data melalui telepon seluler dan perangkat smartphone (*iOS, Android, Windows*) dimanfaatkan Bank untuk menyediakan layanan mobile banking. Layanan mobile banking memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan layanan e-banking lainnya. Mengingat mobile banking dapat digunakan di mana saja dan kapan saja dengan fitur yang beragam, mulai dari transaksi pembayaran, pembelian, transfer, hingga penarikan tunai tanpa kartu di mesin ATM. Meningkatnya transaksi melalui mobile banking channel, berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui ATM dan kantor cabang. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah yang mulai mengarah kepada transaksi e-banking melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah.

Seiring dengan perkembangan Teknologi Digital yang begitu cepat dan perubahan perilaku nasabah perbankan, kebutuhan nasabah juga terus meningkat sehingga mendorong perbankan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Saat ini, perbankan mulai meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh berbagai layanan perbankan secara mandiri (*self-service*) tanpa harus

mendatangi kantor bank. Layanan perbankan secara mandiri antara lain melakukan registrasi, transaksi (tunai, transfer, pembayaran) dan berbagai layanan lainnya, hingga penutupan rekening yang dikenal juga dengan istilah layanan perbankan digital (digital banking).

PT Bank Central Asia, Tbk. Sebagai bank swasta terbesar di Indonesia saat ini juga menerapkan perkembangan ke era digital dengan terus berinovasi di bidang teknologi digital menciptakan *customer experience* bagi nasabahnya. Inovasi adalah kunci untuk memperkaya *customer experience* dalam transaksi digital, sekaligus tetap relevan di era digital yang dinamis. BCA meluncurkan generasi lanjutan aplikasi mobile, yaitu “myBCA”, yang menggunakan satu ID dan memberikan omni-channel experience kepada nasabah. Aplikasi perbankan individu ini memungkinkan terjadinya integrasi berbagai layanan online grup BCA.



**Gambar 1.1 Mesin Star Teller**  
**Sumber : [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), diunduh 29 April 2022**

Sedangkan untuk inovasi layanan di kantor-kantor cabang BCA juga menerapkan teknologi digitalisasi dengan meluncurkan Layanan Star Teller pada tahun 2016. Mesin Star Teller ini difungsikan untuk melayani nasabah BCA yang akan tarik maupun setor uang tunai dengan keunggulan hemat waktu, akurat, bisa

menerima semua denominasi uang Rupiah, mudah digunakan oleh nasabah langsung.



**Gambar 1.2 Fasilitas E-Branch BCA menggunakan Handphone**  
**Sumber : [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), diunduh 22 Februari 2017**

Kemudian di tahun 2017 BCA melakukan inovasi baru berupa E-Branch yang merupakan layanan berbasis *Android* dan *IOS* untuk nasabah BCA untuk mengisi formulir transaksi dan reservasi sebelum nasabah ke cabang BCA terdekat. Fasilitas E-Branch antara lain untuk proses pengisian data pembukaan rekening, sehingga ketika sampai di cabang nasabah tinggal menunjukkan nomor referensi dari E-branch dan melakukan proses pembukaan rekening dengan lebih praktis karena data yang sudah diinput terlebih dahulu di aplikasi dan Customer Service hanya perlu verifikasi data nasabah saja. Sedangkan untuk transaksi di teller nasabah yang menggunakan E-branch tidak perlu lagi mengisi slip transaksi karena dengan nomor referensi dari aplikasi teller dari BCA sudah dapat mencetak slip transaksi yang sebelumnya sudah diinput oleh nasabah. Keunggulan dari E-branch adalah nasabah dapat melakukan reservasi dan menentukan waktu dan cabang mana yang hendak dikunjungi.



**Gambar 1.3 Mesin CS Digital BCA**  
**Sumber : [www.bca.co.id](http://www.bca.co.id), diunduh 29 April 2022**

Kemudian April 2019 BCA meluncurkan layanan CS Digital yang merupakan layanan berbasis IT yang menggunakan mesin untuk melayani kebutuhan nasabah BCA dalam hal ganti kartu ATM rusak, migrasi kartu ATM konvensional ke ATM jenis Chip yang sedang diterapkan oleh seluruh bank di Indonesia karena perubahan ketentuan oleh Bank Indonesia. Layanan CS Digital ini merupakan layanan self service dan dapat diakses oleh nasabah selama 7 x 24 jam di lokasi yang menyediakan layanan CS Digital dan juga di kantor cabang BCA untuk mengurai antrian nasabah yang akan ke counter Customer Service.



**Gambar 1.4 Mesin E-Service BCA**  
**Sumber : [www.perbanas.id](http://www.perbanas.id), diunduh 3 Juli 2022**

Tahun 2020 BCA meluncurkan layanan E-Service yang mempunyai fitur untuk nasabah dapat melakukan pencetakan buku tabungan, penggantian buku tabungan yang habis, registrasi Mobile Banking, dan registrasi Klik BCA Individu yang dapat dilakukan oleh nasabah secara self service. Proses verifikasi yang digunakan adalah kartu ATM dan pin ATM nasabah yang kemudian akan dilanjutkan oleh petugas Customer Service E-Service yang mobile di banking hall untuk melayani nasabah E-Service.



**Gambar 1.5 Aplikasi haloBCA**  
**Sumber : [www.bca.co.id](http://www.bca.co.id), diunduh 20 april 2022**

Tahun 2021 kemudian BCA melakukan inovasi digital terbaru untuk memudahkan nasabah terhubung dengan Halo BCA via aplikasi Halo BCA. Aplikasi Halo BCA merupakan aplikasi berbasis Android dan IOS yang dapat digunakan nasabah untuk menghubungi Halo BCA melalui semua channel resmi yang dimiliki Halo BCA, ada Call, Chat, Email dan Twitter. Aplikasi Halo BCA ini juga menyediakan channel alternatif untuk nasabah di luar negeri untuk menghubungi Halo BCA dengan VoIP Call menggunakan kuota internet.

Semua inovasi digital banking yang diterapkan oleh BCA adalah untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memberikan Customer Experience yang positif kepada nasabah BCA. Terlebih lagi sejak 2020 pandemi membuat jumlah transaksi di cabang BCA berkurang karena adanya pembatasan kegiatan yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia guna menekan laju penyebaran Covid-19.

PT Bank Central Asia (BCA) Tbk meraup laba bersih sebesar Rp31,4 triliun sepanjang 2021, tumbuh 15,8 persen dibandingkan tahun 2020 yang mencapai Rp27,1 triliun. Presiden Direktur BCA Jahja Setiaatmadja menyampaikan, kinerja positif dari BCA tahun lalu ditopang inovasi digital dan pengembangan ekosistem bisnis BCA. Sehingga dana giro dan tabungan (CASA) naik 19,1 persen (yoy) pada Desember 2021. Lalu pertumbuhan dana dan kredit disertai dengan peningkatan kualitas aset, sehingga biaya provisi tercatat menurun 19,6 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam mengembangkan platform perbankan transaksi, BCA memperkuat ekspansi ekosistem digital melalui kolaborasi dengan mitra strategis serta melakukan berbagai inovasi layanan digital. (www.kompas.com, diunduh pada tanggal 28 januari 2022).

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) menjadi bank pertama di Indonesia yang masuk dalam jajaran perusahaan papan atas di kawasan Asia Pasifik dalam inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Perseroan menyediakan produk dan layanan perbankan yang komprehensif. Teknologi digital yang digunakan perseroan yakni RODEST atau Integrated Robotic System for Automatic EDC Testing, menjadi salah satu inovasi yang mengantarkan BCA meraih Gartner Eye on Innovation Award 2021. (www.medcom.id, diunduh pada tanggal 12 November 2021).

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Transaksi Melalui Jaringan Layanan Utama PT Bank Central Asia, Tbk. Tahun 2021**

	2021		2020		2019		Naik / (turun) 2021		Naik / (turun) 2020	
	Jumlah	Komposisi	Jumlah	Komposisi	Jumlah	Komposisi	Jumlah	%	Jumlah	%
<b>Cabang</b>										
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	105	0,6%	120	1,0%	152	1,8%	(16)	-12,9%	(32)	-21,2%
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	13.127	38,1%	12.443	43,7%	14.585	49,1%	682	5,5%	(2.142)	-14,7%
<b>ATM</b>										
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	1.957	11,9%	1.862	16,1%	2.075	24,2%	95	5,1%	(213)	-10,3%
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	2.145	6,2%	2.020	7,1%	2.322	7,8%	125	6,2%	(302)	-13,0%
<b>Mobile Banking</b>										
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	10.109	61,6%	6.321	54,7%	3.848	44,8%	3.788	59,9%	2.473	64,3%
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	4.049	11,8%	2.693	9,5%	2.089	7,0%	1.356	50,4%	604	28,9%
<b>Internet Banking</b>										
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	4.252	25,9%	3.264	28,2%	2.508	29,2%	988	30,3%	756	30,2%
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	15.118	43,9%	11.308	39,7%	10.701	36,0%	3.810	33,7%	607	5,7%
<b>Total</b>										
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	16.423	100,0%	11.567	100,0%	8.583	100,0%	4.856	42,0%	2.984	34,8%
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	34.439	100,0%	28.466	100,0%	29.697	100,0%	5.973	21,0%	(1.233)	(4,2%)

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah transaksi Mobile Banking dan Internet Banking BCA mengalami kenaikan cukup signifikan pada tahun 2021 dibandingkan pada periode sebelumnya. Dimana terdapat kenaikan jumlah transaksi 59,92% transaksi Mobile Banking dan 30,3% transaksi Internet Banking. Sedangkan untuk transaksi di cabang mengalami penurunan 12,9% dibandingkan periode tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa peralihan jumlah transaksi yang sebelumnya cukup dominan dilakukan di cabang mulai beranjak ke penggunaan E Channel seperti ATM, Mobile Banking dan Internet Banking, yaitu sebesar 99,4% terhadap total transaksi di BCA selama tahun 2021.

BCA juga terus mencermati bahwa inovasi digital sektor perbankan dan finansial harus terus dilakukan. Hal ini wajib dilakukan untuk memenuhi trend dan kebutuhan transaksi yang lebih cepat, aman, dan nyaman secara digital. Soal ini, BCA menawarkan berbagai fitur terbaru digital banking #DibikinSimpel dalam rangka mempermudah nasabah, termasuk milenial saat bertransaksi perbankan. Hingga Maret 2021, layanan mobile banking BCA tercatat sebesar Rp 852 triliun.

Angka tersebut tumbuh 37,1 persen (yoy). Untuk mempertahankan kinerja fundamental yang solid, BCA berkomitmen menjaga kinerja fundamental yang solid, kualitas layanan yang prima baik offline maupun online. Selain itu perseroan juga terus taat terhadap berbagai aturan dan ketentuan. (www.bisnis.tempo.co, diunduh pada tanggal 4 Mei 2021).

Semua inovasi yang dilakukan BCA adalah untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya yang berdampak menciptakan *Customer satisfaction* yang berdampak tercapainya *Customer engagement*. *Customer satisfaction* termasuk variabel yang penting untuk menciptakan *customer loyalty* (Kim dan Kim, 2019). PT Bank Central Asia, Tbk. pada tahun 2021 mendapatkan penghargaan Top Digital Implementation Level 5 Star dari ajang TOP Digital Award tahun 2021.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) terus menawarkan beragam inovasi teknologi yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara praktis, aman, dan nyaman. Kecanggihan layanan dan produk solusi perbankan yang ditawarkan perseroan mendorong loyalitas nasabah yang membuahkan keberhasilan BCA mempertahankan performa kinerja yang positif di tengah persaingan sektor perbankan yang semakin kompetitif. Prestasi BCA menguasai pangsa pasar dan menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat menuai dua penghargaan sekaligus, yakni Bank Terbaik di Indonesia dan Bank Asia Terbaik untuk keempat kalinya dalam ajang FinanceAsia Country Awards for Achievement 2019 di Hong Kong. (www.bca.co.id siaran pers diunduh pada tanggal 27 Juni 2019).

PT Bank Central Asia Tbk. (BCA) terpilih sebagai salah satu pemenang dalam Gartner Eye on Innovation Award 2021. Penghargaan ini menjadikan BCA sebagai bank pertama di Indonesia yang masuk dalam jajaran perusahaan papan atas di kawasan Asia Pasifik dalam inovasi dan pemanfaatan teknologi digital untuk menyediakan produk dan layanan perbankan yang komprehensif. (www.mediaindonesia.com, diunduh pada tanggal 12 November 2021).

Dalam penelitian ini terdapat research gap antara variabel *service quality* dan *trust*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Devi dan Andy (2016). Hal ini terjadi karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Devi dan Andy (2016) menyatakan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Pada penelitian tersebut disampaikan bahwa walaupun tidak ada pengaruh langsung, *service quality* dapat mempengaruhi *trust* secara tidak langsung melalui kepuasan. Artinya peningkatan *service quality* belum tentu meningkatkan *trust*. Pelanggan perlu mendapatkan kepuasan terlebih dahulu sebelum memberikan kepercayaan pada produk.

Sedangkan pada penelitian Safira dan Baridwan (2016) juga terdapat research gap *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use Mobile Banking*. Hal ini terjadi karena efek *Perceived Ease of Use* yang dirasakan pada pengguna akan menurun selama periode waktu tertentu seiring dengan pengalaman pengguna dengan sistem tertentu. Dalam beberapa tahun terakhir, dikatan bahwa pelanggan dan model bisnis telah bertransformasi, sebagian besar konsumen adalah pengguna komputer dan mereka telah melakukan banyak transaksi online menggunakan telepon seluler untuk kenyamanan. Berdasarkan hal tersebut

responden merasa mudah atau tidaknya penggunaan sistem menjadi tidak penting dan dapat diabaikan. Penjelasan lainnya adalah responden merasakan mobile banking tidak jauh berbeda dan mudah seperti inovasi sebelumnya seperti ATM, dan internet banking. Selain itu responden tidak dapat mengungkapkan persepsi mereka secara akurat terhadap pengalaman penggunaan e-banking, hal ini dipengaruhi karena responden relatif masih muda dan dapat dengan mudah mempelajari penggunaan perbankan online.

## **1.2. Batasan Masalah**

Penelitian ini melakukan pembatasan masalah untuk dapat lebih berfokus pada rumusan dan tujuan yang ditetapkan. Penelitian ini dibatasi antara variable bebas terkait yang digunakan, meliputi : *attributes of e-banking website, traditional bank attributes, traditional service quality, trust in e-banking dan willingness to adopt e-banking*. Batasan lain yang ditetapkan adalah sumber informasi yaitu nasabah BCA dengan rentang usia 18-60 tahun, berdomisili di daerah Kalimantan, serta menggunakan jasa Digital Channel dari BCA dalam kurun 6 bulan terakhir.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Attributes of e-banking* berpengaruh signifikan terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA di BCA Kanwil XI - Kalimantan?

2. Apakah *Traditional Bank Attributes* berpengaruh signifikan terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan?
3. Apakah *Traditional Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan?
4. Apakah *Trust in e-banking* berpengaruh signifikan terhadap *Willingness to adopt e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut ini:

1. Mengetahui pengaruh *Attributes of e-banking* terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan
2. Mengetahui pengaruh *Traditional Bank Attributes* terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan
3. Mengetahui pengaruh *Traditional Service Quality* terhadap *Trust in e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan
4. Mengetahui pengaruh *Trust in e-banking* terhadap *Willingness to adopt e-banking* pada nasabah BCA Kanwil XI - Kalimantan

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dengan digunakan untuk studi komparasi maupun referensi bagi kegiatan penelitian

di masa mendatang. Manfaat teoritis lain yang dapat dicapai adalah memberikan kontribusi bagi ilmu manajemen pemasaran berkaitan dengan penerapan model yang digunakan dalam penelitian.

Manfaat teoritis lain yang diharapkan dicapai adalah bagi peneliti, untuk menambah ilmu pengetahuan berkaitan dengan variabel dan objek yang digunakan. Bagi universitas diharapkan penelitian juga mampu memberikan manfaat teoritis untuk menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa lain berkaitan dengan penelitian yang sejenis.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian ini adalah dapat digunakan oleh manajemen PT Bank Central Asia, Tbk. untuk meningkatkan efektifitas penggunaan layanan *online banking* (digital banking) dengan upaya meningkatkan *Willingness to adopt e-banking* baik itu melalui variabel *Trust in e-banking*, *Traditional Service Quality*, *Traditional Bank Attributes* maupun *Attributes of e-banking website*. Manajemen PT Bank Central Asia, Tbk. diharapkan juga mampu mengevaluasi strategi yang akan dilakukan guna meningkatkan penggunaan fasilitas *online banking* (digital banking) yang dikembangkan oleh PT Bank Central Asia, Tbk. dengan mengedepankan faktor yang terkait dengan variabel *Trust in e-banking* untuk dapat membentuk *Willingness to adopt e-banking*.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan dan mempermudah penyajian deskripsi dari langkah-langkah penelitian. Sistematika penulisan terdiri dari:

### BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan berisikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis berisikan landasan teori tentang *Willingness to adopt e-banking*, *Trust in e-banking*, *Traditional Service Quality*, *Traditional Bank Attributes* dan *Attributes of e-banking website*. Pada bagian ini juga disajikan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian, pengembangan hipotesis, model penelitian serta bagan alur berpikir.

### BAB III : Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

### BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan gambaran umum dari objek penelitian, analisis data statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian

hipotesis, serta pembahasan dari analisis data yang telah berhasil dikumpulkan.

#### BAB IV : Kesimpulan

Bab ini berisi penjelasan singkat tentang pembahasan penelitian, kesimpulan, implikasi praktis, implikasi manajerial dan saran untuk penelitian selanjutnya.

