

**Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Perbankan Konvensional
Sebelum dan Sesudah Penerapan *Internet Banking***
(Studi Kasus pada Pelayanan *Internet Banking* – Klik BCA PT. BCA, Tbk)
Comparative Analysis of Quality of Conventional Banking Services Before and After
the Application of Internet Banking

¹Tiara Suci Ramadhani, ²Nurdin

^{1,2}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

email: ¹tiarasucie@gmail.com, ²psm_fe_unisba@yahoo.com

Abstract. This study aims to examine the effect of the quality of conventional banking services prior to the implementation of internet banking, to examine the impact of conventional banking service quality after the implementation of internet banking, to prove and analyze the differences in the quality of conventional banking services before and after the application of internet banking. This research was conducted at Bank Central Asia (BCA) and BCA customers in Bandung. The data used is the primary data in the form of questionnaires distributed to BCA customers who use KlikBCA in Bandung area as many as 60 respondents. The research variables used are: independent variable in the form of quality of banking service prior to internet banking application and quality of banking service after internet banking application. The analysis tool used is SPSS v.16. Analysis of data used is t test analysis (paired sample t-test) which aims to test the hypothesis. The results of this study indicate a significant difference between the quality of service before the implementation of internet banking with service quality after the implementation of internet banking. It is shown at the value of t arithmetic of 18.575 or in other words the probability $0.000 < 0.05$.

Keywords: Quality of Service, Service Quality, Internet Banking, KlikBCA.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan perbankan konvensional sebelum penerapan internet banking, untuk menguji pengaruh kualitas layanan perbankan konvensional sesudah penerapan internet banking, untuk membuktikan dan menganalisis perbedaan kualitas layanan perbankan konvensional sebelum dan sesudah penerapan internet banking. Penelitian ini dilakukan pada Bank Central Asia (BCA) dan nasabah BCA di kota Bandung. Data yang digunakan adalah data primer yang berupa kuesioner yang disebar ke nasabah BCA yang menggunakan KlikBCA di wilayah Bandung sebanyak 60 responden. Variabel-variabel penelitian yang digunakan yaitu variabel independen berupa kualitas layanan perbankan sebelum penerapan internet banking dan kualitas layanan perbankan sesudah penerapan internet banking. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS v.16. Analisis data yang digunakan adalah analisis uji t (paired sample t-test) yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan sebelum penerapan internet banking dengan kualitas layanan sesudah penerapan internet banking. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai t hitung sebesar 18,575 atau dengan kata lain probabilitas $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Service Quality, Internet Banking, KlikBCA.

A. Pendahuluan

Perbankan merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu untuk memberikan prospek yang baik di masa yang akan datang sebab perkembangan ekonomi Indonesia semakin ramai. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 perbankan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Perbankan sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perbankan konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan, sedangkan perbankan syariah dalam akad dan pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam.

Perbankan sebagai lembaga yang berperan dalam transaksi keuangan telah

mengadopsi teknologi informasi. Dalam menyampaikan jasa perbankan, mereka telah melakukan pendekatan yang revolusioner melalui media internet. Salah satunya adalah dengan menyediakan fasilitas *internet banking*. Sejak pengembangan internet di pertengahan tahun 1990, istilah *electronic banking (e-banking)* atau *internet banking* mulai dikenal publik. *Internet banking* merupakan jasa perbankan jarak jauh yang ditawarkan kepada pelanggan personal bank untuk melakukan transaksi perbankan rutin melalui internet (Standard Bank, 2001).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Parasuraman et al (1994) mendefinisikan kualitas layanan sebagai layanan yang diterima konsumen telah sesuai dengan harapan konsumen akan kualitas. Penelitian Parasuraman et.al (1994), dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

Internet banking merupakan pelayanan bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Bank Indonesia, 2004). Pertumbuhan pengguna *internet banking* di Indonesia tercatat sebagai yang tercepat di Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan semakin banyak penduduk Indonesia yang menjadikan internet sebagai pintu gerbang pencarian berbagai layanan termasuk layanan perbankan. Jumlah pencari layanan dan jasa perbankan melalui internet bertambah hingga 23 kali lipat dari tahun 2007 sampai 2012 (www.merdeka.com).

Meuter, et al. (2000) telah banyak bukti inovasi teknologi akan terus berlanjut yang semakin mempengaruhi interaksi konsumen dengan perusahaan, di mana interaksi ini akan menjadi suatu kriteria penting untuk keberhasilan bisnis perusahaan jangka panjang. Salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem internet banking pada layanan jasa perbankan dan menjadi *market leader* pada pasar *internet banking* adalah Bank Central Asia (BCA).

Adapun tingkat penggunaan *internet banking* BCA yang dikenal dengan nama KlikBCA ini sangat tinggi. Hal ini terbukti dari jumlah pengguna KlikBCA saat ini merupakan pemimpin pasar internet banking dari semua bank-bank komersial yang lainnya yang menyediakan fasilitas *internet banking*. Hampir semua nasabah bank BCA telah menggunakan dan menjadi konsumen yang loyal untuk produk jasa KlikBCA.

Survei jumlah pengguna internet banking periode 2011-2012. Jumlah pengguna *internet banking* terbanyak pada periode tersebut adalah pengguna Klik BCA dengan jumlah 2,8 juta pengguna. Yang kedua terbanyak adalah pengguna CIMB Klik, 600 ribu (survei bulan Juni 2012) berbeda tipis dengan pengguna BNI *internet banking* yaitu 582 ribu. Yang paling sedikit adalah jumlah pengguna *internet banking* BRI yaitu sebesar 25 ribu. (Sumber: SharingVision)

Ketika layanan, tingkat keamanan, dan kedekatan lokasi (cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapacanggih dan banyak fasilitas yang memberikan kemudahan bertransaksi. Isu fasilitas kemudahan bertransaksi inilah yang kemudian ditangkap oleh bank BCA untuk melakukan investasi besar-besaran dalam menyediakan fasilitas KlikBCA. Dengan KlikBCA, maka banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan. Karena, tanpa harus ke bank, tetap dapat bertransaksi di mana saja asal dapat terhubung dengan

jaringan internet. Penelitian ini menitik beratkan pada kualitas layanan *internet banking* ditinjau dari perspektif nasabah bank BCA, bank terbaik dalam kategori *e-channel (internet banking)* yang mengakses layanan *e-banking* dalam bertransaksi *online*.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti dimensi kualitas layanan *internet banking* Klik BCA. Alasan memilih bank BCA adalah karena bank BCA merupakan *market leader internet banking* pada sektor perbankan di Indonesia. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengambil suatu penelitian yang berjudul “Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Perbankan Konvensional Sebelum dan Sesudah Penerapan *Internet Banking*”.

Tujuan Penelitian untuk menguji pengaruh kualitas layanan perbankan konvensional sebelum penerapan *internet banking*, ntuk menguji pengaruh kualitas layanan perbankan konvensional sesudah penerapan *internet banking*, untuk membuktikandan menganalisis perbedaan kualitas layanan perbankan konvensional sebelum dan sesudah penerapan *internet banking*.

B. Landasan Teori

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi sedangkan layanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, Kotler (2001: 83). Sehingga jika kita berbicara mengenai kualitas layanan, maka istilah tersebut dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono 2007).

Bertolak dari definisi tersebut, kajian mengenai kualitas layanan perbankan (*banking service quality*), dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah (*customer*) terhadap pelayanan yang mereka terima, disesuaikan dengan standar kualitas layanan perbankan yang dimaksud kepada nasabahnya. Hal ini berarti apabila layanan perbankan yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik atau berkualitas tinggi dan sebaliknya.

Perbankan memiliki layanan yang ditawarkan kepada nasabah, salah satunya layanan *internet banking*. Untuk mengukur kualitas suatu layanan elektronik model yang digunakan adalah model *electronic service quality (e SERVQUAL)* yang dikemukakan oleh Parasuraman (1994). Pengkajian terhadap kualitas layanan perbankan dapat dicermati berdasarkan dimensi kualitas layanan atau yang biasa disebut dengan istilah *service quality*. Adapun dimensi kualitas layanan yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut (Lupiyoadi 2001:148)

1. *Tangibles*

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability*

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua

pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness*

Yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance*

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5. *Empathy*

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Rod et al. (2009). Dimensi dari *service quality* untuk *internet banking* adalah:

- a. Online customer service quality: tangible, reliability, responsiveness, empathy.
- b. Online system information quality: ease of use, accuracy, security/privacy, contents, timeless, aesthetic.
- c. Banking service product quality

Internet banking merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Bank Indonesia, 2004). Margareth Tan, definisi dari *internet banking* adalah suatu sistem perbankan yang memungkinkan para konsumen atau nasabah untuk bisa melakukan suatu transaksi perbankan yang luas secara elektronik melalui situs yang dimiliki oleh bank yang bersangkutan.

Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking*. Penyelenggaraan internet banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, *laptop/ note book*, PDA, dan sebagainya.

A. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil penelitian mengenai analisis perbandingan kualitas layanan perbankan konvensional sebelum dan setelah penerapan internet banking.

Tabel 1. Uji Paired Sampel T-test

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum penerapan Internet Banking - sesudah penerapan Internet Banking	20.150	8.403	1.085	17.979	22.321	18.575	59	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2017

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji-t didapatkan hasil sebesar 18.575 dengan demikian $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau dengan kata lain probabilitas $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan perbankan konvensional sebelum dan sesudah penerapan *internet banking*.

C. Kesimpulan

Dari hasil analisa mengenai analisis perbandingan kualitas layanan perbankan konvensional sebelum dan sesudah penerapan *internet banking*, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut sebagai berikut :

1. Tingkat kualitas layanan sudah terlaksana dengan baik. Hal ini ditunjukkan melalui tanggapan para nasabah BCA melalui kelima dimensi yakni empathy, assurance, responsiveness, reliability, tangibles.
2. Nasabah BC A sudah puas dalam menggunakan layanan internet banking KlikBCA dengan dimensi reliability, responsiveness, empathy, tangibles.
3. Adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan sebelum penerapan internet banking dengan kualitas layanan sesudah penerapan internet banking. Ditunjukkan dengan hasil uji t (Paired Sample T-Test) menghasilkan nilai t hitung sebesar 18,575 atau dengan kata lain probabilitas $0,000 < 0,05$.

Daftar Pustaka

- Absa Bank. 2001. Absa Electronic Banking Brochure
- Ade Arthesa dan Edia Handiman. 2006. Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank. Jakarta: PT. Indeks.
- Arikunto, Suharsimi, (2002), Prosedur Penelitian, Edisi Revisi, PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Bank Indonesia. 2004. Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/23/DPNP Perihal Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank. www.bi.go.id
- Bankrate.com 5 Oktober 1998. "Online Bqanking (online)". <http://www.bankrate.com>
- Fifip, Chopipah. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking KlikBCA Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Jakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Gasperz, V. 2006. Total Quality Management: Untuk Praktisi Bisnis dan Industri. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Nanang. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Pustaka Setia.
- Gujarati, D. N. 2003. Econometric. Fourth Edition, McGraw Hill, New York.
- Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto. 2017. Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 20 No.1
- Kasmir. 2003. Manajemen Perbankan. Divisi Perguruan Tinggi PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2005. Dasar-dasar Perbankan. Edisi 1. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Meuter, L.M et al. 2002. Self Service Technology: Understanding Customer Satisfaction with Technology Based Service Encounter. Journal Of Marketing.64 (N0.3)
- Nasser Atorf, A. S.2002. “Internet Banking Di Indonesia”.Jurnal Manajemen.Teknologi Vol.1.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2013. Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Bob Sabran.2009. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani.2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., dan Malhotra. A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality.Journal of Service Research, Volume 7, No. 10, 1-21.
- Rod, M., Ashill, N.J., Shao, J., Carruthers, J. 2009. An Examination Of The Relationship Between Service Quality Dimension, Overall Internet Banking Service Quality And Customer Satisfaction. Marketing Intelejence And Planning. Vol. 27 (1), Hal: 103-126.
- Sofyan yamin dan Heri Kurniawan. 2009. SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek
- Standard Bank. 2001. Internet Banking. Brochure.
- Sugiono. (2013). metodologi penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D. bandung:Alfabeta,cv. halaman 93.
- Sekaran. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Setyawan, M. A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas*. Semarang.
- Silalahi, Ulber.2005. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Unpar Press.
- Tjiptono, F. 2007. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, Husein. 2011. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Pers. Jakarta.
- Undang-Undang No 7 Tentang Perbankan – Lembaga Penjamin Simpanan
- Zeithaml, V. et al. 1990. Delivering Quality. 5th Edition, Free Press A Division of Macmillan Inc