

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 5 Juli tahun 1946. BNI adalah Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Pada kali ini, beberapa saham BNI dimiliki oleh 60% Pemerintah Republik Indonesia dan sisanya 40% oleh masyarakat seperti individu, institusi, atau domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. BNI memiliki layanan seperti penyimpanan dana hingga fasilitas pinjaman untuk segmen korporasi, menengah, ataupun kecil. Adapun produk dan layanan BNI disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak mereka kecil, remaja, dewasa hingga pensiun. Berikut merupakan logo BNI Agen46:



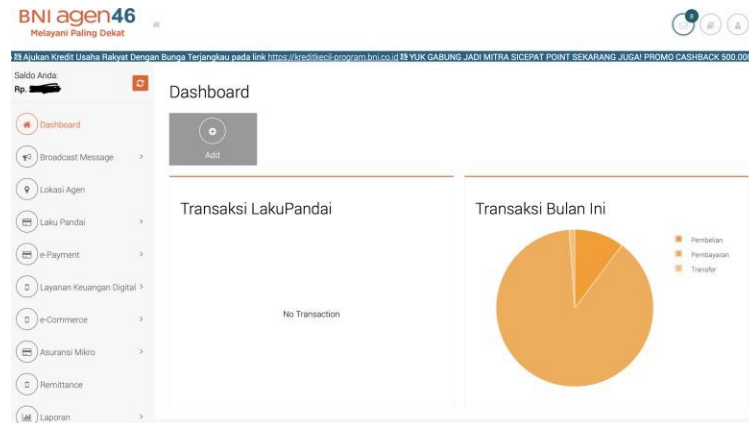
lebih mudah, lebih cepat, lebih dekat

Gambar 1. 1 Logo BNI Agen 46

Sumber: maudana.id

Perkembangan teknologi yang ada saat ini mendukung kemudahan dalam memakai internet sangat membantu pada seluruh bidang seperti perbankan. BNI memiliki berbagai macam jenis layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah seperti terciptanya *branchless banking* BNI yang disebut dengan Agen46. BNI Agen46 adalah mitra BNI perorangan atau badan hukum yang telah bekerjasama dengan BNI, adapun tujuan Agen46 untuk menyediakan layanan perbankan kepada masyarakat (Layanan Laku Pandai, Layanan LKD, dan Layanan *e-payment*). Mitra Agen46 biasanya terdapat pada toko kelontongan, gerai ritel, dan lainnya yang mudah untuk masyarakat temui.

Berikut merupakan tampilan *website* di BNI Agen46:



Gambar 1. 2 Dashboard Log in User Agen46 Melalui Website 2022

Sumber: agenbni46.bni.co.id

Seperti yang dilansir oleh itechmagz.id bahwa Agen46 terus meningkat dan BNI masih akan terus menambah jumlah agen. Terakhir pada tahun 2021, Agen46 memiliki 157.630 dengan transaksi mencapai 146,38 juta dan volume Rp 92,31 triliun. Menurut Mucharom Sekretaris Perusahaan BNI mengatakan bahwa BNI akan melengkapi layanan Agen46 agar bisa memenuhi kebutuhan nasabah yang sesuai dengan tren *digital*. Adapun cara BNI untuk mengenalkan layanan Agen 46 kemasyarakat melalui literasi yang dimana Agen46 sebagai *mini outlet* yang berbiaya murah. Bentuk digitalisasi layanan Agen46 terdiri dari 3 jenis yaitu: *website*, *mobile apps*, dan *EDC*. Berikut merupakan fitur layanan yang tersedia di BNI Agen46:

Tabel 1. 1 Fitur-Fitur Layanan BNI *branchless banking* (Agen46)

No	Layanan	Kategori
1.	Laku Pandai	1. Buka Rekening Tabungan BNI Pandai 2. Setoran Tunai 3. Tarik Tunai
2.	LKD (Layanan Keuangan Digital)	1. Pendaftaran Uang Elektronik 2. Setoran Tunai Uang Elektronik 3. Tarik Tunai Uang Elektronik

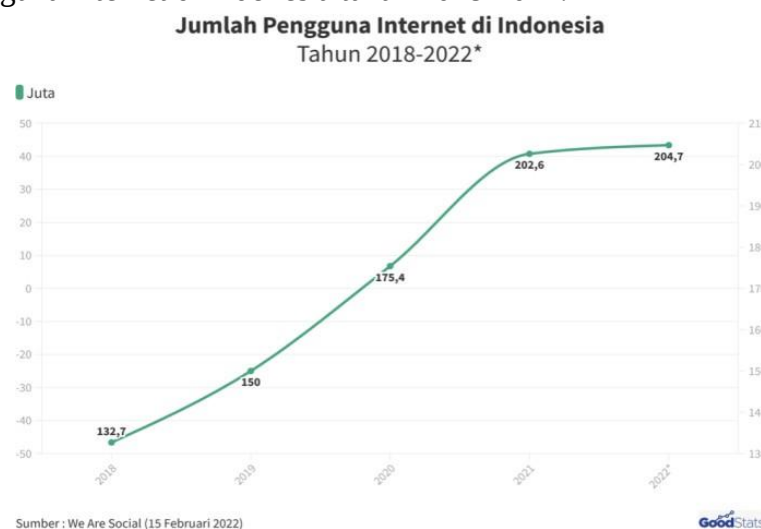
3.	<i>E-Payment</i>	- Transfer (Antar BNI dan Antar Bank) - Virtual Account Billing - Pembelian - Top Up GO-PAY - Top Up Agen Penerbangan Citilink - Paket Data Prabayar - Telepon/Seluler Prabayar - PLN Manual Advice - PLN - Top Up i.saku 4. Pembayaran - PLN - PLN Non Taglis - Telepon/Seluler Pascabayar - Telkom Pay - Kartu Kredit BNI - Kartu Kredit Non-BNI - Pinjaman/Personal loan - Tiket Penerbangan - TV Berlangganan - Internet - ZIS dan Qurban - Asuransi Prudential - Asuransi BNI Life - BPJS Kesehatan - BPJS Ketenagakerjaan - Tiket Kereta Api - PDAM & IPL - Biaya Pendidikan - Multifinance - Asuransi Bumiputera - Pajak - Asuransi Jiwasraya - Railink - MPN - Kepelabuhan
----	------------------	---

Sumber: Data yang Telah Diolah (2023)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Jaman berkembang cepat dan semakin canggih menyebabkan manusia menggunakan teknologi secara aktif. Kehadiran teknologi merubah perilaku dan cara pandang manusia. Manusia lebih menyukai hal yang instan, fleksibel, dan cepat. Pada pandemi COVID-19 teknologi sangat berperan penting dalam bidang apapun termasuk perbankan. Masyarakat tidak bisa pergi keluar rumah dan beberapa tempat ditutup karena menghindari lonjakan kasus pandemi COVID-19, sehingga aktivitas berubah menjadi serba digital yang dimana masyarakat melakukan segala aktivitasnya dirumah dan memanfaatkan penggunaan teknologi yang hanya dapat diakses melalui *smartphone*, laptop, tablet, hingga komputer yang terkoneksi ke internet.

Goodstats menyebut bahwa pengguna *smartphone* terus meningkat setiap tahun. Kemenkominfo mencatat bahwa 89% atau 167 juta masyarakat di Indonesia sudah menggunakan *smartphone* (Adisty, 2022). Hal itu terjadi karena adanya dorongan tarif untuk menggunakan internet yang murah. Adapun menurut riset Data Reportal dimana *smartphone* yang terkoneksi di Indonesia di awal tahun 2022 mencapai 370,1 juta yang artinya jumlah tersebut meningkat 13 juta atau 3,6 persen dari tahun yang sebelumnya. Hal itu yang membuat layanan digital khususnya perbankan dapat digunakan melalui *smartphone* karena penggunaan *smartphone* di Indonesia terus meningkat. Berikut disajikan data jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018-2022:



Gambar 1. 3 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018 – 2022

Sumber: *GoodStats*

Pada awal tahun 2022 pengguna internet di Indonesia menurut laporan *We Are Social* sebanyak 204,7 juta pengguna. Penggunaan internet di Indonesia kian meningkat pada lima tahun terakhir, dimana persentase tersebut mencapai 54,25 persen dilihat dari tahun 2018 yang berjumlah 132,7 juta pengguna internet. Maka dapat dikatakan bahwa peminat untuk penggunaan internet khususnya di Indonesia sangat banyak setiap tahunnya, hal tersebut menjadi salah satu faktor terbentuk adanya layanan *digital*.

Perusahaan perbankan pada kali ini terus mengikuti perkembangan teknologi, dimana salah satunya perusahaan BNI konsisten setiap tahun agar dapat bersaing pada bisnis perbankan *digital* lainnya. Perubahan perilaku masyarakat salah satu faktor yang merubah adanya perubahan transaksi. Persaingan bisnis perbankan kali ini pun tidak hanya fokus pada persaingan antar bank saja tetapi terdapat bisnis keuangan yang berbasis teknologi atau biasa disebut *financial technology (fintech)* yang artinya BNI harus mampu untuk selalu bersaing dengan perkembangan yang terjadi di pasar. Berikut disajikan data jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia tahun 2017-2021:



Gambar 1. 4 Jumlah Perusahaan *Fintech* di Indonesia

Sumber: *dataindonesia.id*

Menurut *dataindonesia.id* menjelaskan bahwa hasil dari laporan *United Overseas Bank (UOB)*, *PwC*, dan *Singapore Fintech Association (SFA)*, bahwa

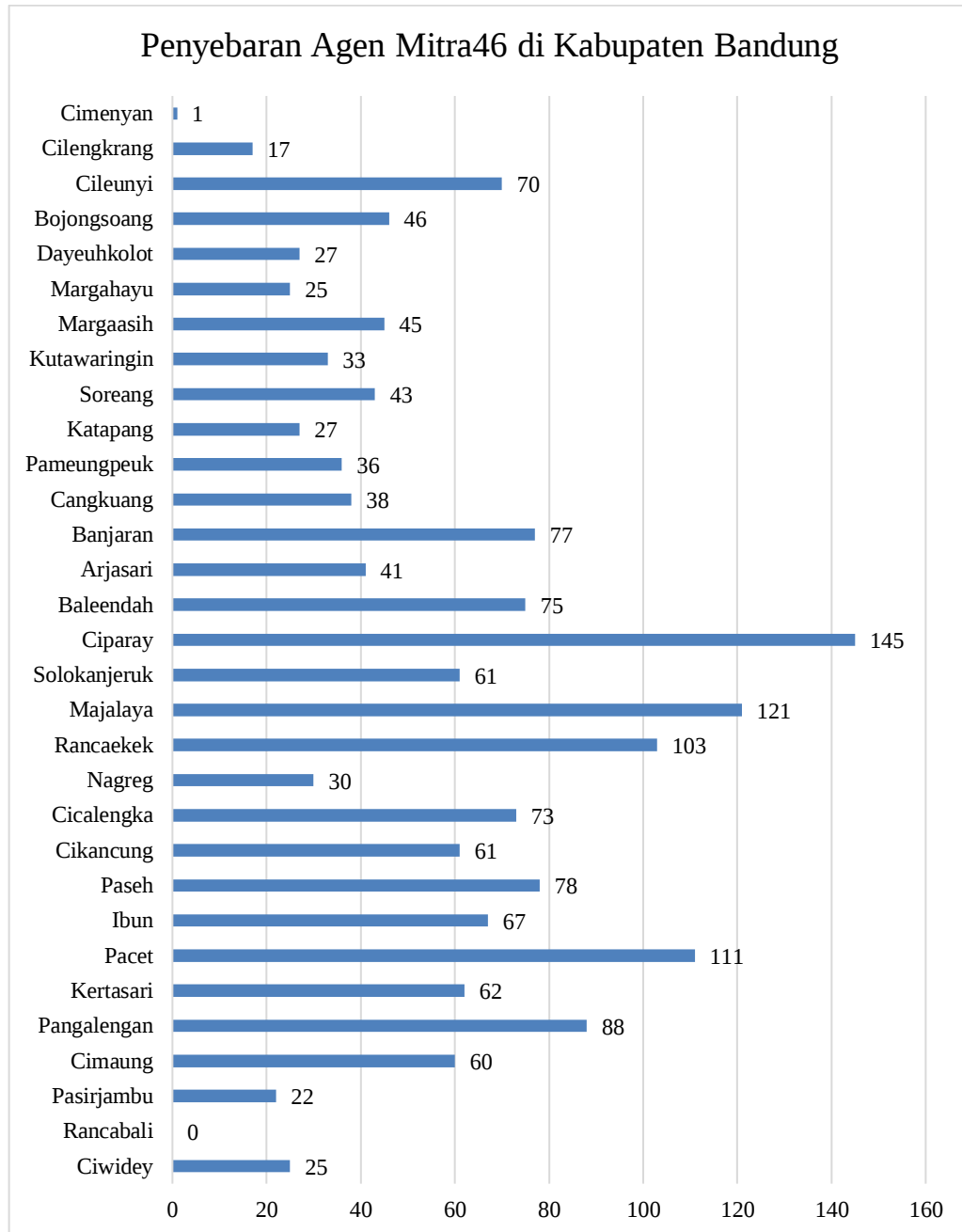
jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya karena adanya penetrasi yang tinggi terhadap keuangan *digital*. Dimana Indonesia memiliki 440 perusahaan *fintech* pada tahun 2017 dan terus meningkat hingga per September 2021 menjadi 785. Perusahaan *fintech* di Indonesia memiliki jumlah tertinggi kedua terbanyak di Asia Tenggara dan posisi pertama terdapat di Singapura dengan jumlah 1.350 perusahaan.

Berdasarkan artikel yang ditulis di keuangan.kontan.co.id (2020) menyebutkan bahwa *Financial Technology* terus meningkat dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga perusahaan BNI melakukan kerja sama dengan *fintech* untuk perkembangan transaksi pada dunia perbankan. BNI kedepannya terus akan berfokus pada industri *digital* di bidang *fintech* dan *e-commerce* untuk membangun ekosistem *digital* yang lebih luas dan BNI mulai fokus mengandalkan *branchless banking* atau biasa disebut Agen46 untuk mendorong bisnis perseroan, hal tersebut yang akan memudahkan penetrasi layanan lebih mudah kepada masyarakat yang lebih luas dan efisien.

Branchless banking atau biasa disebut Laku Pandai memiliki kepanjangan dari Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif yaitu program OJK untuk layanan perbankan atau layanan keuangan yang bekerja sama dengan agen bank yang didukung oleh teknologi dan informasi (ojk.go.id, 2022). Agen46 adalah mitra BNI (perorangan atau badan hukum yang telah bekerja sama dengan BNI) dimana Agen46 berfungsi untuk menyediakan layanan perbankan kepada masyarakat seperti Laku Pandai, LKD (Layanan Keuangan *Digital*), dan *e-payment*. Program Agen46 adalah salah satu terobosan BNI untuk mengedukasi masyarakat khususnya di daerah pedesaan dan daerah wilayah perbatasan mengenai pengetahuan tentang jasa keuangan. Agen46 memiliki sistem perbankan yang dapat diakses pada *website* atau aplikasi *smartphone* untuk melakukan aktivitas transaksi dan terdapat *EDC (Electronic Data Capture)* yaitu alat untuk aktivitas transaksi.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BNI, jumlah Agen46 yang tersebar di Provinsi Jawa Barat per bulan Juli tahun 2023 berjumlah 23.921 Agen46. Sedangkan jika dikerucutkan kembali berdasarkan Kabupaten atau Kota di Jawa Barat, Kabupaten Bandung merupakan wilayah yang memiliki Agen46

tertinggi dibandingkan yang lainnya, yaitu sebesar 1.708 agen. Sehingga penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bandung karena dirasa penting dan menarik untuk diteliti. Adapun grafik penyebaran Agen46 di Kabupaten Bandung adalah sebagai berikut:



Gambar 1.5 Penyebaran Agen46 Di Kabupaten Bandung Tahun 2021
Sumber: Data yang Telah Diolah (2023)

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui penyebaran mitra Agen46 di Kabupaten Bandung belum sepenuhnya merata. Seperti pada kecamatan Rancabali yang tidak memiliki mitra Agen46 di wilayahnya. Kemudian di

kecamatan Cimenyan hanya memiliki 1 mitra Agen46, sedangkan di kecamatan Ciparay terdapat 145 mitra Agen46 yang sangat berbanding terbalik dengan kecamatan Cimenyan dan Rancabali. Adanya ketidakmerataan penyebaran mitra Agen46 ini menyebabkan tidak semua masyarakat dapat merasakan manfaat dari adanya Agen46 dari bank BNI ini. BNI memberikan layanan keuangan Agen46 yang dapat mendekatkan masyarakat dimana dengan adanya layanan tersebut masyarakat tidak harus pergi jauh ke bank untuk membuka rekening hingga melakukan transaksi. Tetapi masyarakat Kabupaten Bandung banyak yang belum mengetahui adanya *branchless banking* khususnya pada Agen46. Adapun penerapan yang dilakukan Agen46 masih terdapat kendala seperti banyak masyarakat yang belum mengetahui dan belum mengenal *branchless banking* Agen46. Hal ini dapat dilakukan dengan upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Agen46 sehingga terjadi adanya loyalitas pelanggan.

Organisasi membutuhkan kapasitas untuk mendapatkan banyak pelanggan agar dapat bertahan atau eksis (Duha, 2018). Layanan prima, menanggapi permintaan pelanggan dapat secara langsung meningkatkan kepuasan. Pelanggan yang puas memberi tahu perusahaan tentang kualitas organisasi. Di sisi lain, ketidakpuasan pelanggan mengingatkan organisasi untuk memiliki kinerja rendah (Meilda et al. 2022). Beberapa faktor-faktor yang berpotensi mempengaruhi kepuasan nasabah pada sektor perbankan termasuk hubungan baik antara bank dan pelanggan dan kepercayaan. Pelanggan setia adalah mereka yang menggunakan layanan organisasi terus menerus. Mereka menunjukkan loyalitas, komitmen, dan bangga menggunakan layanan (Muis et al. 2021).

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, dan sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Hardiansyah, 2018). Ada banyak cara untuk mengukur kualitas layanan salah satunya model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang terdiri dari *realibility* yang mampu untuk memberikan layanan yang dijanjikan kepada para konsumen, *responsiveness* dimana karyawan dapat mendukung konsumen dalam penyediaan layanan yang aktif, *assurance* dimana

karyawan memiliki pengetahuan dan kesopanan mengenai perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, *attention* yang artinya dapat memberikan perhatian pribadi yang baik kepada konsumen serta dapat berkomunikasi dengan baik serta membangun hubungan dengan konsumen sehingga konsumen dapat loyal terhadap suatu perusahaan, dan *tangible* dimana layanan dapat dilihat secara langsung oleh konsumen (Lukmandono, 2022).

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan atau tingkat kebahagiaan yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan suatu produk atau layanan (Jeany, 2020). Kepuasan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Sasongko, 2021). Keterhubungan antara kualitas layanan yang baik serta terdapat kepuasan pelanggan akan menghasilkan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan, sehingga pelanggan akan kembali untuk memakai produk atau jasa tersebut hingga dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain. Maka penelitian ini akan menginvestigasi mengenai **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Laku Pandai Agen46 Kabupaten Bandung.**

1.3 Perumusan Masalah

Sebuah usaha atau suatu perusahaan akan tetap eksis dan sukses dengan adanya para pesaing jika terdapat produk yang baik, berkualitas dan terjangkau oleh masyarakat (Rohman, 2017). Untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi, perusahaan harus fokus pada pemahaman kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka, serta terus mengukur dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Berdasarkan penelitian Zahara (2020) kualitas layanan memiliki hubungan positif langsung dan tidak langsung dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian (Kamran-Disfani et al., 2017) bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas sikap dan perilaku dan hal tersebut berpendapat bahwa akan terjadi dengan sektor perbankan. Maka, kepuasan pelanggan akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda halnya dengan penelitian Supriyanto et al. (2021) kualitas

layanan tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap loyalitas pelanggan tetapi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan diikuti dengan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan pada kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan merupakan mediator dari hubungan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Agen46 Kabupaten Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang menjadi mediator dari hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai layanan *digital* perbankan, *branchless banking*, dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk para peneliti dan

penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan Bank BNI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan mengenai *branchless banking* yang terdapat pada BNI atau biasa disebut Agen46 agar dapat diketahui oleh masyarakat Kabupaten Bandung sehingga minat masyarakat untuk menggunakan layanan *branchless banking* semakin meningkat dan *branchless banking* Agen46 dapat menjadi layanan favorit masyarakat khususnya pada daerah pedesaan dan wilayah perbatasan karena layanan Agen46 memberikan kemudahan dan kualitas pelayanan yang baik sehingga memberikan kenyamanan kepada masyarakat khususnya pada daerah pedesaan dan wilayah perbatasan di Kabupaten Bandung.

2. Bagi Nasabah dan Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi lebih mengenai *branchless banking* BNI atau biasa disebut Agen46, sehingga nasabah atau masyarakat yang akan menggunakan layanan Agen46 memahami manfaat dan penggunaan Agen46.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut adalah sistematika dari penulisan yang dibuat secara umum mengenai penulisan dari penelitian.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang akan berkaitan dengan penelitian seperti *marketing*, *branchless banking*, *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Adapun penjelasan teori yang berkaitan penelitian akan dijelaskan dengan ringkas, padat, dan jelas disertai penelitian terdahulu, dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yangtelah dilakukan yang dapat bermanfaat bagi penelitian ke depan dan pihak-pihak terkait yang membutuhkan.