

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Maraknya penggunaan teknologi di era global menyebabkan terjadinya perubahan layanan di bidang industri. Perkembangan dari industri perbankan di Lampung dapat menunjukkan meningkatnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa perbankan. Para nasabah juga harus semakin lebih kritis dalam memilih bank, khususnya yang berkaitan dengan layanan perbankan. Situasi persaingan perbankan yang semakin ketat mendorong bank-bank di Bandar Lampung terus berinovasi pada produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dituntut untuk kreativitas dan inovasi pada produk dan jasa bank agar dapat memenangkan kompetisi dalam menarik nasabah. Berbagai fasilitas dan strategi pemasaran terus dikembangkan khususnya pada layanan perbankan, self service technology, kualitas layanan, hubungan pemasaran, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Self-Service Technology (SST) adalah sebuah teknologi antarmuka yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan layanan independen tanpa memerlukan keterlibatan petugas secara langsung (Meuter, 2000). Hal tersebut disebabkan karena pemenuhan pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan diganti dengan mesin (Shin & Dai, 2020; Yoon & Choi, 2020). SST juga merupakan sebuah strategi bisnis dengan unsur kebaruan yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dengan menyediakan pelayanan yang terkustomisasi. Contoh dari layanan SST adalah ATM, *Mobile Banking*, *Online Banking*, *Online Shopping*, toko tiket dengan layanan *checkout* mandiri, inovasi dalam penggunaan ponsel, dan lain sebagainya (Shahid, 2018; Shin & Dai, 2020). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mendorong adanya revolusi terhadap interaksi antara penyedia jasa dan pelanggannya (Gelderman, 2011). Tidak sedikit penyedia jasa yang kemudian memanfaatkan partisipasi Pelanggan dengan melakukan instalasi terhadap *self-service technology* (SST)

(Kenesei, 2018). SST diadopsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kebutuhan pelanggan yang terpenuhi akan memberikan kepuasan dan begitu juga sebaliknya. Pada umumnya, pelanggan akan merasa puas ketika SST mampu menyelesaikan masalah secara instan, memiliki layanan yang lebih baik daripada pelayanan interpersonal, dan mampu meminimalisir interaksi dengan petugas (Bitner, 2002; Dabholkar, 1996). Selain itu, pelanggan cenderung merasa tidak puas ketika SST mengalami kegagalan, memiliki desain yang tidak maksimal, serta ketika mereka melakukan kesalahan tanpa mengetahui cara untuk memperbaikinya. Contoh dari keuntungan yang ditawarkan adalah adanya penghematan biaya bagi penyedia jasa dan kemampuan untuk menghemat waktu bagi pelanggan (Yoon & Choi, 2020). Tetapi, terlepas dari berbagai kelebihan yang ditawarkan, penggunaan SST masih belum maksimal dan efektif sebab tidak banyak pelanggan yang menggunakannya.

Meningkatnya kepuasan nasabah akan layanan yang diberikan oleh bank maka nasabah akan loyal dengan bank yang bersangkutan. Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga dalam hal pelayanan, bank harus mampu memberikan apa yang dibutuhkan nasabah untuk menunjang produk dari bank tersebut. Ini juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, apabila bank tidak mampu memberikan kualitas layanan yang diinginkan oleh nasabah maka nasabah akan cenderung mengurungkan niat untuk kembali lagi ke bank tersebut atau menggunakan produk bank lain sehingga akan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Keberadaan ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet banking* merupakan sebuah hal yang umum di masyarakat. Akan tetapi, tidak sedikit pelanggan yang masih memilih untuk menggunakan layanan interpersonal. Hal tersebut disebabkan karena pelanggan memiliki kemampuan yang berbeda dalam menggunakan teknologi yang ada. Parasuraman (2000) memperkenalkan sebuah model bernama *Technology Readiness Index* (TRI) untuk mengukur kesiapan seseorang dalam menggunakan inovasi baru. Secara teori, TRI memiliki empat komponen utama yaitu optimisme, inovasi, kegelisahan, dan ketidakamanan. Keempat komponen tersebut memiliki pengaruh tersendiri bagi pelanggan dalam penggunaan SST (Shin & Dai, 2020; Tsikriktsis, 2004). Selain keempat komponen utama tersebut, TRI juga mengelompokkan pelanggan ke dalam lima golongan berdasarkan tingkat kesiapan pelanggan dalam menggunakan inovasi (Wiese & Humbani, 2019). Lima golongan tersebut adalah *explorers*, *pioneers*, *skeptics*, *paranoids*, dan *laggards*. Setiap golongan memiliki tingkat kesiapan adopsi teknologi yang

berbeda dengan golongan lain. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor tersebut sebab kesiapan adopsi pelanggan yang berbeda akan memerlukan penyesuaian yang berbeda pula. Kesesuaian teknologi dengan kesiapan pelanggan akan mendorong penggunaan teknologi yang maksimal.

Perbedaan utama layanan SST dan layanan interpersonal adalah ada dan tidak adanya interaksi dengan petugas secara langsung ketika memenuhi kebutuhan (Wang, 2017). Dabholkar (1996) mengatakan bahwa sebagian pelanggan menganggap bahwa interaksi langsung dengan petugas merupakan sesuatu yang penting. Pelanggan dengan tipe seperti tersebut akan merasa tidak nyaman ketika harus memenuhi kebutuhannya melalui SST tanpa adanya bantuan petugas. Disisi lain, tidak sedikit pelanggan yang lebih memilih untuk menggunakan SST karena ingin menghindari kontak langsung dengan petugas. Pelanggan jenis ini merupakan golongan yang mudah termotivasi untuk menggunakan inovasi baru. Selain itu, pelanggan juga merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dari waktu ke waktu. Dalam bidang industri perbankan, interaksi dapat ditemukan pada layanan interpersonal ketika tugas akan membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya secara langsung.

Terdapat tiga dimensi faktor situasional yang dapat mempengaruhi pelanggan yaitu dimensi waktu, dimana pelanggan akan menghabiskan banyak waktu untuk memenuhi kebutuhan mereka apabila tidak menggunakan teknologi, dimensi metode, dimana pelanggan perlu melakukan langkah yang lebih rumit untuk memenuhi kebutuhan mereka apabila mereka tidak menggunakan teknologi, dan dimensi pemrosesan tugas, dimana pelanggan tidak akan mampu untuk memenuhi tugas mereka tanpa menggunakan teknologi. Ketiga dimensi tersebut memberikan efek beragam dalam pengadopsian SST. Contoh dari faktor situasional yang mencakup ketiga dimensi tersebut adalah kejelasan tugas dan skala keramaian.

Kejelasan tugas merupakan salah satu bagian dari faktor situasional yang dapat mempengaruhi penggunaan SST. Kejelasan tugas dapat didefinisikan sebagai pengetahuan pelanggan mengenai fungsi dan tugas dari teknologi. Semakin pelanggan memahami kegunaan dari teknologi, semakin tinggi keinginan untuk menggunakannya di dalam kegiatan sehari-hari. Hal tersebut disebabkan karena pelanggan memiliki kontrol dan dapat merasakan keuntungan yang dihasilkan oleh teknologi tersebut. Skala keramaian didefinisikan sebagai sebuah kondisi psikologis yang terjadi ketika kebutuhan pelanggan mengenai jarak di dalam sebuah ruangan sudah melebihi batas maksimal (Machleit, 2000). Saat keadaan di *teller* bank sedang ramai, pelanggan akan merasa jenuh dan frustrasi sebab mereka memerlukan waktu yang lama untuk

memenuhi kebutuhan mereka. Gelderman, (2011) menyatakan bahwa penggunaan SST akan meningkat dalam keadaan ramai. Salah satu keuntungan SST adalah kemungkinan akses dimana dan kapan saja. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh pelanggan yang mencari alternatif untuk menghindari keramaian dan juga mempersingkat waktu.

Fenomena perbankan tanpa bank atau “banking without the banks” akan semakin berkembang. Dengan adanya pandemic covid-19 menjadi sebuah ketidakpastian yang dapat mengancam kemampuan dan kapasitas sebuah bank dalam mencapai sasarannya. Menurut Global Web Index, terdapat lebih dari 76% pengguna internet berusia 16 - 64 tahun menghabiskan waktunya menggunakan smartphone dimasa pandemic. Perubahan pola kegiatan masyarakat yang beralih ke media online. Apabila sector perbankan tidak dapat menyesuaikan kondisi tersebut, Istilah ini pun menjadi ramai sejak kegiatan transaksi yang lazimnya di industri perbankan digantikan dengan platform yang berbasis teknologi (fintech). Dapat diasumsikan bahwa organisasi yang siap menghadapi perubahan zaman ini, seperti fintech, akan lebih diuntungkan dengan adanya pandemic covid-19 ini.

Fenomena lainnya yang terjadi pada layanan perbankan terhadap nasabah dalam masalah covid-19 seperti yang dikatakan direktur utama bank bjb (Yuddy Renaldi) mengatakan, peluncuran berbagai platform digital bank bjb telah dimulai sejak awal 2020 yang tidak lama setelahnya muncul pandemic covid-19 yang membuat dunia buruk dan mengubah gaya hidup menjadi lebih berhati-hati menjalani kehidupann masing-masing. Oleh karena itu, bank bjb terus mengoptimalkan berbagai layanan digital tersebut dimana pertumbuhan Number of Account (NoA) meningkat eksponensial. (Yuddy Renaldi) mengatakan, setidaknya ada tiga layanan digital bank bjb yang mengalami pertumbuhan di masa pandemic covid-19. Aplikasi mobile banking bank bjb, yakni bjb digi, berhasil tumbuh signifikan pada periode 2020-Juni 2021. Dalam kurun waktu tersebut, pertumbuhan bjb digi tercatat mencapai 121,20%. Digitalisasi layanan bank bjb juga telah dijamin keamanannya melalui alokasi capex yang mencapai Rp850 miliar untuk pengembangan IT dan security. Salah satunya adalah dengan menerapkan anti-fraud management system. Sehingga keamanan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi digital bersama bank bjb dapat terjamin.

Penelitian ini replikasi dari penelitian (Indrasari, 2021) yang meneliti apakah adanya pengaruh kesiapan teknologi dan factor situasional terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan layanan bank berbasis self-service technology. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi Kembali

apakah adanya pengaruh kesiapan teknologi dan faktor situasional terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan layanan bank berbasis self-service technology. Perbedaan penelitian ini dengan replikasi terletak pada objek penelitian yaitu peneliti menggunakan Masyarakat umum (nasabah) bank yang memakai layanan bank di Bandar Lampung. Sedangkan replikasi menggunakan objek penelitian nasabah bank yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perbedaan penelitian ini dengan replikasi terletak pada tahun penelitian yaitu peneliti menggunakan tahun 2022. Sedangkan replikasi menggunakan tahun penelitian 2021. Perbedaan penelitian ini dengan replikasi terletak pada penggunaan skala likert yaitu peneliti menggunakan skala liker 5 point. Sedangkan replikasi menggunakan skala likert 6 point. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menganalisis mengenai kesiapan teknologi yang terdiri dari empat komponen yaitu optimisme, inovasi, kegelisahan, ketidakamanan dan juga faktor mengenai kebutuhan untuk berinteraksi dari pelanggan saat memutuskan untuk menggunakan SST. Penelitian ini juga akan mengambil faktor situasional berupa pengetahuan pelanggan terhadap tugas SST dan juga skala keramaian. Ketujuh faktor tersebut akan dipertimbangkan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan berbasis swalayan (*self-service*). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesiapan Teknologi dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan Bank Berbasis Self-Service Technology.”**

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dilakukan agar penelitian dan pembahasannya lebih terarah, sehingga hasilnya tidak bias dan sesuai dengan harapan peneliti. Dalam penelitian ini ada 3 Variabel yang digunakan sebagai variable independent yaitu, kesiapan teknologi (X1), Kesiapan teknologi dijabarkan ke dalam empat komponen yaitu optimisme, inovasi, kegelisahan, dan ketidakamanan. faktor situasional (X2), Sedangkan, faktor situasional akan dijabarkan menjadi dua yaitu kejelasan tugas dan skala keramaian. kebutuhan berinteraksi (X3), Sedangkan untuk variabel dependent, keputusan nasabah dalam memilih layanan bank berbasis *self-service* (Y).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh komponen optimisme dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
2. Apakah pengaruh komponen inovasi dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan

- pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
3. Apakah pengaruh komponen kegelisahaan dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
 4. Apakah pengaruh komponen ketidakamanan dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
 5. Apakah pengaruh kebutuhan untuk berinteraksi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
 6. Apakah pengaruh faktor situasional mengenai kejelasan tugas terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?
 7. Apakah pengaruh faktor situasional mengenai skala keramaian terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan diatas, yaitu:

1. Untuk Menguji secara empiris pengaruh komponen optimisme dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
2. Untuk Menguji secara empiris pengaruh komponen inovasi dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
3. Untuk Menguji secara empiris pengaruh komponen kegelisahaan dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh komponen ketidakamanan dalam kesiapan teknologi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh kebutuhan untuk berinteraksi terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
6. Untuk Menguji secara empiris pengaruh faktor situasional mengenai kejelasan tugas terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.
7. Untuk menguji secara empiris pengaruh faktor situasional mengenai skala keramaian terhadap keputusan pelanggan dalam memilih layanan bank yang berbasis *self-service*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik untuk beberapa pihak diantaranya:

a. Akademis

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan dapat memperoleh pengetahuan tentang bagaimana sistem informasi yang baik, menambah pengetahuan, pengalaman, dan untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam dari teori telah diperoleh dengan kenyataan yang terjadi.

2. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini harapannya dapat menambah pengetahuan dan juga sebagai sumbangan pemikiran dan saran-saran atas hasil-hasil penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

b. Praktisi

1. Bagi Sektor Perbankan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada sekolah dalam pengembangan dan penilaian sistem informasi yang menghasilkan informasi yang berkualitas untuk mengambil keputusan.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan dan juga dapat dijadikan referensi untuk lebih mengembangkan teknologi yang ada.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 (satu) pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang penelitian , perumusan penelitian, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab 2 (dua) landasan teori menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan baik dari secara definisi dan sumber teorinya. Kemudian menjelaskan tentang kerangka pemikiran penelitian dan memberikan kerangka tentang hipotesis jika penelitian tersebut terdapat lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab 3 (tiga) metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, sumber data penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan, populasi & sampel yang digunakan variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrument, uji persyaratan analisis data, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 (empat) hasil dan pembahasan ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dilakukan secara keseluruhan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 (lima) simpulan dan saran ini menjelaskan tentang simpulan dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA