

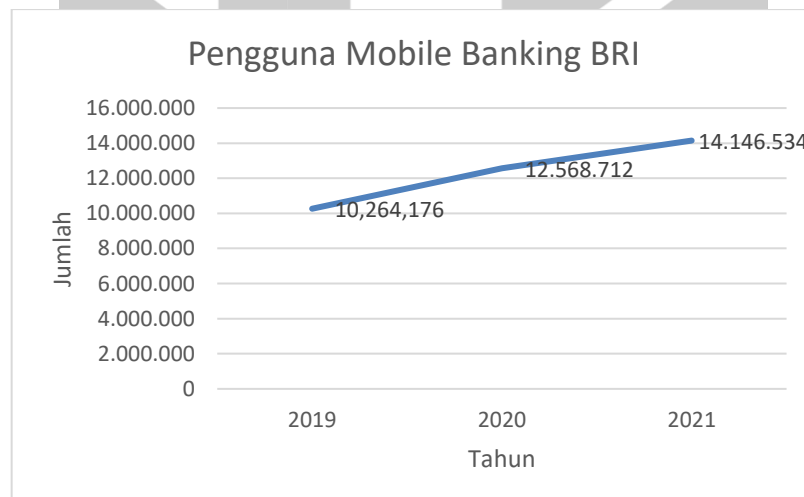
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kualitas produk dan layanan merupakan beberapa faktor penting yang harus diperhatikan oleh perbankan, karena beberapa faktor tersebut merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah untuk menggunakan layanan dari bank tersebut atau tidak dan untuk mengukur kepuasan nasabah puas terhadap layanan yang diberikan oleh perbankan. Pada saat ini layanan yang diberikan oleh perbankan sangat efektif dan efisien, hal ini ditandai dengan adanya layanan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/ *handphone* GSM (*General for Mobile Communication*) (Ikatan Bankir Indonesia (IBI), 2014). Jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan *Mobile banking* antara lain informasi saldo, mutasi rekening; transfer dana; pembayaran seperti asuransi, BPJS, PLN, Telkom, kartu kredit, cicilan dan lain-lain; serta pembelian dari mulai pulsa hingga *top up Gopay*. Layanan *Mobile banking* diberikan oleh bank dengan tujuan utama untuk memberikan kemudahan pada nasabah. Manfaat dari penggunaan *Mobile banking* adalah dapat diakses dimana saja; menghemat waktu karena dapat melakukan berbagai jenis pembayaran kapan pun, tanpa batas waktu dan tanpa perlu datang ke bank; tampilan yang simple sehingga mudah digunakan; dan mengurangi risiko penipuan, karena setiap transaksi yang dilakukan selalu mendapat konfirmasi.

Mobile banking merupakan pelayanan yang tumbuh paling cepat yang ditawarkan bank–bank untuk menjaring nasabah–nasabah baru. Salah satu bank komersil di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem *Mobile banking* pada layanan jasa perbankan adalah Bank Rakyat Indonesia atau Bank BRI. *Mobile banking* BRI atau yang biasa disebut dengan *BRI Mobile* adalah suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *electronic banking* BRI yang dapat diakses melalui *smartphone* beserta aplikasi tambahan lainnya. Aplikasi yang terdapat dalam *BRI Mobile* diantaranya adalah *Mobile banking* BRI, *Internet Banking* BRI, *Call* BRI serta *info* BRI.



Sumber : BRI SIM (BRI Sistem Informasi Manajemen)

Gambar 1.1

Pengguna *Mobile banking* BRI 2019-2021

Meskipun bukan sebagai *Market Leader*, namun jumlah pengguna *Mobile banking* di bank BRI cukup dapat diperhitungkan. Hal tersebut dapat dilihat dari pengguna *mobile banking* Bank BRI 3 tahun terakhir dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 yang terus menerus bertambah yang disajikan pada Gambar 1.1.

Bank BRI dapat dikatakan mengalami perkembangan peningkatan pengguna *Mobile banking* yang cukup besar. Perkembangan ini mendapat tantangan yang cukup besar, selain adanya pesaing *Mobile banking* bank lain, ditambah dengan munculnya pesaing baru di dunia jasa pembayaran online, yang dikenal sebagai *FinTech*, yakni perusahaan yang membuat inovasi di bidang jasa keuangan yang berpengaruh kepada masyarakat secara luas dengan memberikan akses terhadap produk keuangan, sehingga transaksi menjadi lebih praktis dan efektif. *Financial Technology (FinTech)* adalah salah satu bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan. Alhasil, munculah berbagai model keuangan baru yang dimulai pertama kali pada tahun 2004 oleh Zopa, yaitu institusi keuangan di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang. Kemudian model keuangan baru melalui perangkat lunak Bitcoin yang digagas oleh Satoshi Nakamoto pada tahun 2008.

Dalam perspektif sejarah, konsep inti dari pengembangan *FinTech* sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari aplikasi konsep *peer-to-peer* (P2P) yang digunakan oleh Napster pada tahun 1999 untuk *music sharing*. Inovasi yang berkembang disini adalah pengadaptasian prinsip jaringan komputer yang diterapkan pada bidang keuangan. Meski pada mulanya konsep finansial P2P ini diperuntukkan bagi para *start-up* (wirausaha baru) dalam mencari investor untuk membiayai bisnisnya. Tetapi dalam perkembangannya finansial P2P ini memiliki partisipan yang lebih luas tidak hanya para pemodal untuk menginvestasikan uangnya kepada *start-up* baru. Dengan banyaknya partisipan yang berkontribusi memasukkan uang maka kemudian menjadi *crowd funding*, sehingga pemanfaatan finansial P2P tidak terbatas bagi para *start-up* saja seperti yang dilakukan oleh

perusahaan Zopa di Inggris. Dengan munculnya virus inovasi keuangan P2P yang berbasis jaringan internet maka tentunya penyebarannya menjadi sangat cepat secara global hingga pada akhirnya muncul juga berbagai jasa pembayaran seperti OVO, GO-Pay, Dana dan sebagainya.

Jika fenomena *FinTech* disejajarkan dengan fenomena Go-Jek, maka tidak menutup kemungkinan dalam 2-3 tahun kedepan keberadaan *FinTech* akan mengancam institusi keuangan nasional. Mungkin, saat ini sebagian kalangan ada yang mengatakan bahwa bisnis model *FinTech* menyebutnya dengan sebutan lintah darat online. Tetapi yang perlu diperhitungkan adalah jika *FinTech* dikelola oleh orang professional seperti Jibun Bank Jepang, yaitu bank yang benar-benar beroperasi secara online. Fenomena Jibun Bank patut diwaspadai mengingat pada tahun 2015 dianugerahkan sebagai bank terbaik oleh Asian Banker dengan total 1.9 juta nasabah aktif.

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks. Pasca keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Hal ini membuat setiap perbankan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Sementara dari sisi produk, banyak bank menawarkan produk yang hampir mirip, salah satu hal yang bisa membedakan bank satu dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan

perbankan termasuk dalam menarik minat para nasabah. Dari sisi nasabah pun, menunjukkan minat yang luar biasa.

Peran kepercayaan dalam teknologi informasi dan adopsi layanan berbasis elektronik, tidak bisa diremehkan. Ini sebagian karena ketidakpastian dan risiko yang dirasakan terkait dengan sistem elektronik. Beberapa penelitian telah menunjukkan peran kepercayaan dalam elektronik sistem pembayaran, perbankan internet, perbankan seluler dan adopsi perdagangan elektronik (Yang, *et al.*, 2015; Alhabash, *et al.*, 2015; Dimitriadis, *et al.*, 2011; Dimitriadis dan Kyrezis, 2011). Berdasarkan literatur (mis. Al-Ghazali, *et al.*, 2015; Wang, *et al.*, 2015), mengusulkan kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, privasi dan masalah keamanan adalah faktor-faktor memfasilitasi yang membangun kepercayaan pelanggan di bank-bank yang berdampak pada niat kelanjutan mereka ke internet penggunaan perbankan. Selain itu, karena kepercayaan menjelaskan perbedaan dalam kepuasan pelanggan (Erciş, *et al.*, 2012)

Privasi dan keamanan menjadi perhatian besar bagi banyak nasabah bank terutama mereka yang menggunakannya layanan perbankan elektronik (Hernandez dan Mazzon, 2007). Beberapa pelanggan berkecil hati diunduh oleh Perpustakaan Universitas Sussex pada 12:43 19 September 2017 (PT) dari bertransaksi bisnis dengan perusahaan yang tidak memastikan privasi pelanggan online (PWC, 2014). Oleh karena itu, memastikan privasi pelanggan adalah sarana yang digunakan bank untuk membangun kepercayaan pelanggan pada bank. Menurut Chen dan Barnes (2007), kurangnya privasi dan keamanan mengurangi tingkat dimana pelanggan mengadopsi perbankan online. Sebuah studi terbaru oleh Yang, *et al.* (2015)

menunjukkan bahwa masalah privasi dan keamanan mengurangi kepercayaan yang dimiliki pelanggan dalam pembayaran seluler sistem yang pada dasarnya membatasi niat mereka untuk menggunakan sistem pembayaran seluler. Privasi dan keamanan berkontribusi terhadap kepercayaan pelanggan pada bank. Kurangnya privasi dan keamanan menyebabkan ketidakpuasan di antara pelanggan dan ini telah terjadi dasar untuk pembelotan pelanggan (PWC, 2014). Privasi dan keamanan memengaruhi pelanggan kepuasan

Informasi sangat penting untuk pengambilan keputusan konsumen. Karena itu, perlu adanya bank untuk memberikan informasi yang memadai dan berkualitas bagi pelanggan mereka. Pelanggan membutuhkan informasi yang relevan, tepat waktu dan akurat untuk pengambilan keputusan. Karena itu, jika berkualitas informasi tidak disediakan, pelanggan mungkin meragukan integritas penyedia layanan (Nicolaou, *et al.*, 2013). Artinya, kualitas informasi membuat perusahaan dapat dipercaya. Zahedi dan Song (2008) menyelidiki peran kepercayaan informasi pengguna dalam informasi kesehatan dan mencatat bahwa kualitas informasi berhubungan positif dengan kepercayaan pengguna terhadap kesehatan rumah sakit. Penyediaan informasi berkualitas memfasilitasi keefektifan dan efisiensi transaksi bisnis (Ruževičius dan Gedminaitė, 2007). Kualitas informasi yang buruk mempengaruhi proses bisnis dan menyebabkan ketidakpuasan di antara pelanggan (Lima, *et al.*, 2007). Bisa juga menyebabkan kerugian finansial (Ruževičius dan Gedminaitė, 2007). Lee dan Chung (2009) meneliti penentu kepercayaan dalam perbankan mobile di Korea dan mencatat kualitas informasi tersebut menjelaskan perbedaan kepercayaan pelanggan dalam *mobile banking*. Selanjutnya, dicatat

bahwa kepercayaan memengaruhi kepuasan pelanggan atas transaksi *mobile banking*. Dalam pandangan ini, penyediaan kualitas informasi oleh bank tidak dapat dianggap remeh dalam pengiriman internet layanan perbankan. Ini dapat membangun kepercayaan pelanggan di bank dan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shah Ankit (2011) penyelesaian masalah, penghematan biaya, kenyamanan dan risiko dan kekhawatiran privasi adalah faktor utama yang sangat mempengaruhi kepuasan keseluruhan konsumen online. Di sisi lain, ketersediaan fitur dan kelanjutan konsumen ditemukan secara moderat mempengaruhi kepuasan keseluruhan pelanggan yang menggunakan layanan perbankan online atau internet. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, bank tidak dapat dihindarkan untuk memberikan penekanan pada semua faktor yang disebutkan di atas. Penelitian yang dilakukan oleh Masrek (2013) menyimpulkan bahwa kepuasan nasabah tidak tergantung pada kualitas, kepercayaan, keselamatan dan perilaku karyawan, tetapi tergantung pada keragaman layanan serta dari penyelesaian transaksi yang cepat dan sederhana.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor keamanan, responsif, kemudahan dan keandalan layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah faktor keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah faktor responsif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah faktor kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah faktor keandalan layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh faktor keamanan, responsif, kemudahan dan keandalan layanan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh faktor keamanan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh faktor responsif terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh faktor kemudahan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.

5. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh faktor keandalan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang pengaruh keamanan, responsif, kemudahan dan keandalan layanan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi Bank BRI

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk *mobile banking* terutama tentang variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI dalam menggunakan *mobile banking*.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan pengayaan studi terkait dengan pengaruh keamanan, responsif, kemudahan dan keandalan layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI dalam menggunakan *mobile banking*.

1.5 Sistematika Penulisan

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, berikut adalah penjelasan terkait sistematika penulisan penelitian :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, teknik sampling, populasi, dan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang hasil uji validitas dan pemeriksaan reliabilitas, deskripsi subyek penelitian, analisis karakteristik variabel, hasil penelitian, pembahasan dan implikasi hasil penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.