

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi memiliki peran penting terutama di sektor perbankan. Dunia perbankan dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas kinerjanya dengan memanfaatkan teknologi terkini. *Internet banking* merupakan inovasi dari sektor perbankan yang telah menciptakan kemudahan dan efisiensi bagi jutaan orang di seluruh dunia. *Internet banking* merupakan bentuk perbankan elektronik dimana nasabah dapat menikmati berbagai layanan perbankan seperti pembayaran tagihan dan investasi. Adanya teknologi dari sektor perbankan ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk nasabah hingga 24 jam (Mariana & Aidil Fadli, 2022). Hampir seluruh bank umum yang ada di Indonesia saat ini menggunakan internet sebagai sarana untuk melakukan transaksi. Menurut Retno Ayuningrum (2024) dalam beberapa tahun terakhir, industri perbankan digital di Indonesia menghadapi tantangan besar terkait dengan keamanan data dan meningkatnya ancaman penipuan. Kasus kebocoran data pribadi nasabah, yang mencakup informasi sensitif seperti nomor rekening dan riwayat transaksi, menjadi masalah utama yang dapat berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan online. Selain itu, kebocoran data ini dapat membuka peluang bagi penipuan, seperti teknik phishing, yakni informasi yang bocor akan digunakan untuk mencuri data nasabah.

Otoritas Jasa Keuangan telah berupaya untuk memperketat regulasi serta perlindungan data, namun ancaman-ancaman ini tetap terus berkembang seiring dengan adanya kemajuan dari teknologi. Adapun solusi terkait hal ini yakni, lembaga keuangan harus semakin memperkuat sistem keamanan mereka dengan menggunakan fitur seperti autentikasi multi-faktor (MFA) serta kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi potensi penipuan secara cepat. Meskipun demikian, keamanan siber dalam sektor keuangan tetap masih menjadi topik utama, dan diperlukan upaya berkelanjutan untuk memastikan perlindungan yang optimal bagi nasabah di era digital ini. Oleh karena itu sektor perbankan terus melakukan inovasi untuk bersaing dan berupaya meningkatkan layanan *internet banking*nya agar lebih baik dan nantinya dapat memicu tumbuhnya rasa *loyalitas* bagi penggunanya (Dewi et al., 2022).

Loyalitas nasabah adalah sebuah feedback atau hasil dari munculnya kepuasan pelanggan sebagai bukti keberhasilan kualitas pelayanan yang memenuhi harapan bagi nasabah. *Loyalitas* nasabah sangat penting bagi bank karena apabila tidak ada nasabah maka bank tidak dapat menjalankan usahanya dengan lancar dan baik (Widyananta & Utomo, 2024). Fakta di lapangan mengatakan bahwa sebagian besar bank hanya unggul dalam produknya dan lemah dalam pelayanan ataupun sebaliknya. Sedangkan keunggulan produk hanya bermanfaat untuk mencapai tujuan jangka pendek bagi perusahaan. Melalui dukungan keunggulan dalam layanan, perusahaan dapat menciptakan orientasi jangka panjang berupa loyalitas nasabah (Hermawati, 2023).

Transformasi digital pada sektor perbankan juga memiliki tantangan tersendiri dalam membangun loyalitas nasabah. Keamanan data dari nasabah merupakan salah satu tantangan terbesar dari suatu bank (Alidha et al., 2024). Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa data nasabah perbankan memuat informasi pribadi dan sensitif yang dapat disalahgunakan untuk kejahatan seperti penipuan bahkan pencurian identitas. Oleh sebab itu, dalam perlindungan terhadap data dan dana nasabah yang melakukan transaksi dalam perbankan merupakan hal yang krusial untuk memupuk rasa kepercayaan nasabah dalam menjalankan berbagai jenis transaksi perbankan (Yetno et al., 2024). Menurut penelitian terdahulu dari (Ghazali et al., 2023), semakin tinggi persepsi individu terhadap keparahan dan kerentanannya terhadap ancaman, maka semakin besar juga kemungkinan mereka untuk mengambil tindakan perlindungan. Menurut (Kartika et al., 2020) adanya persepsi nilai dari pelanggan dapat membentuk perilaku perlindungan ketika mereka merasa mampu untuk mengatasi masalah tersebut tanpa mengurangi rasa loyalitas.

Selain penilaian *kemampuan pelindungan*, *perilaku ko-kreasi* juga menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas nasabah. *Perilaku Ko-kreasi* mengacu pada komitmen nasabah untuk memperkuat dan menjalin keterikatan emosional untuk mengadopsi langkah-langkah keamanan terhadap produk dan layanan dengan penyedia layanan. Nasabah yang memiliki rasa penilaian yang tinggi dalam pengembangan produk dan layanan akan lebih terlibat dalam *perilaku ko-kreasi*, karena mereka merasa mampu untuk menumbuhkan hubungan yang lebih dalam dan berbasis kepercayaan pada bank, yang pada

akhirnya akan meningkatkan *loyalitas* mereka (Sutarso et al., 2024). Menurut penelitian dari (Raza et al., 2020) mengungkapkan bahwa pelanggan yang terlibat aktif dalam proses ko-kreasi akan memperkuat rasa keterlibatan dan kepemilikan pelanggan terhadap perusahaan. Dari adanya keterlibatan tersebut dapat menciptakan hubungan emosional dari pelanggan yang lebih kuat dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Dukungan sosial juga turut memainkan peran penting dalam mediasi hubungan antara penilaian *kemampuan perlindungan* dan *perilaku ko-kreasi* dengan *loyalitas* nasabah. *Dukungan sosial* yang diberikan akan membantu nasabah merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakan layanan perbankan online. Penelitian oleh (Putri et al., 2024) mengatakan bahwa dalam teori pertukaran sosial, dukungan yang diberikan oleh pihak bank akan dianggap sebagai bentuk imbalan positif bagi nasabah yang kemudian akan meningkatkan loyalitas terhadap bank. Ketika nasabah merasa didukung, mereka akan lebih cenderung untuk memberikan umpan balik yang positif dan terlibat dalam *perilaku ko-kreasi perlindungan*, sehingga memperkuat *loyalitas* mereka. Menurut (Yao et al., 2021) dukungan sosial dapat meningkatkan kemampuan perlindungan individu dengan membangun rasa aman dan percaya diri serta memperkuat *perilaku ko-kreasi perlindungan* dengan mendorong partisipasi aktif dari pelanggan dalam upaya solusi kolektif.

Penelitian ini selaras dengan teori motivasi perlindungan (*Protection Motivation Theory*) yang diadopsi dari penelitian terdahulu (Ruan et al., 2020; Zhang et al., 2020) yang menjelaskan bahwa adanya ancaman yang dirasakan

dapat menimbulkan peningkatan pada motivasi serta perilaku seseorang untuk melakukan perlindungan dari ancaman. Namun, meskipun penelitian sebelumnya telah banyak membahas faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, terdapat kesenjangan dalam literatur terkait peran spesifik dari penilaian *kemampuan perlindungan* dan *perilaku ko-kreasi perlindungan*, terutama dalam konteks online banking di Indonesia. (Ghazali et al., 2023) menekankan bahwa meskipun dukungan sosial dapat memoderasi hubungan antara *kemampuan perlindungan* dan *loyalitas*, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi bagaimana dukungan sosial berperan dalam meningkatkan keterlibatan perilaku ko-kreasi nasabah laki-laki di layanan online banking. Selain itu, (Raza et al., 2020) menemukan bahwa penilaian nasabah terhadap keamanan seringkali bersifat umum, tanpa mempertimbangkan perspektif demografis yang spesifik, seperti gender, yang dapat mempengaruhi persepsi loyalitas nasabah.

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk melakukan analisis dari pengaruh penilaian *kemampuan perlindungan* dan *perilaku ko-kreasipelindungan* terhadap *loyalitas* nasabah online banking, dengan *dukungan sosial* sebagai variabel moderasi. Berdasarkan gap penelitian yang telah dijabarkan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi peningkatan loyalitas nasabah melalui pendekatan keamanan dan keterlibatan nasabah dalam ko-kreasi layanan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan ini, bank diharapkan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan

loyalitas nasabah dan menciptakan pengalaman yang lebih baik dan aman bagi pengguna layanan perbankan online.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka fokus utama dalam penelitian ini tertuju pada masalah *Kemampuan Pelindungan*, *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* dan pengaruhnya terhadap *Loyalitas* yang di moderasi oleh *Dukungan Sosial* pada nasabah laki-laki online banking. Masalah tersebut dapat dirumuskan menjadi pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Kemampuan Pelindungan* berpengaruh signifikan terhadap *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan*?
2. Apakah *Kemampuan Pelindungan* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalitas*?
3. Apakah *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalitas*?
4. Apakah *Dukungan Sosial* berpengaruh signifikan terhadap *Kemampuan Pelindungan* dan *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penilaian dari variabel *Kemampuan Pelindungan* dan *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* terhadap *Loyalitas* dan di moderasi oleh *Dukungan Sosial*

pada nasabah laki-laki online banking. Secara rinci tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh *Kemampuan Pelindungan* terhadap *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* pada nasabah online banking.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh *Kemampuan Pelindungan* terhadap *Loyalitas* pada nasabah online banking.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* terhadap *Loyalitas* pada nasabah online banking.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh *Dukungan Sosial* terhadap *Kemampuan Pelindungan* dan *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* pada nasabah online banking.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Perbankan

Penelitian ini dapat membantu sektor perbankan dalam memahami pengaruh penilaian *Kemampuan Pelindungan* dan *Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan* yang di moderasi oleh *Dukungan Sosial* terhadap *Loyalitas* nasabah laki-laki pada layanan online banking. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, bank dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan perlindungan dan keamanan layanan digitalnya, serta mendorong nasabah untuk lebih

terlibat dalam pengembangan layanan (ko-kreasi). Hal ini pada akhirnya akan memperkuat loyalitas nasabah dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara nasabah dan bank.

2. Manfaat bagi penulis

Penulis akan memiliki pemahaman yang mendalam terkait dengan perilaku konsumen dalam konteks layanan perbankan digital, serta dapat meningkatkan kemampuan analitis dan kritis dalam mengeksplorasi konsep-konsep seperti penilaian *Kemampuan Pelindungan, Perilaku Ko-Kreasi Pelindungan, Dukungan Sosial*, dan *Loyalitas* nasabah.

3. Manfaat bagi pembaca

Pembaca akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai wawasan bagaimana pentingnya pelindungan dan keamanan dari layanan perbankan digital, serta bagaimana *Perilaku Ko-Kreasi* dan *Dukungan Sosial* dapat mempengaruhi *Loyalitas* nasabah. Pemahaman ini dapat diaplikasikan untuk mengembangkan layanan yang lebih baik dan aman.

4. Manfaat bagi Dunia Akademik

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan bagi perusahaan, penulis, pembaca, dan civitas akademika. Hal ini memberikan informasi dan pengetahuan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *Loyalitas* nasabah online banking dan peran

Dukungan Sosial sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi pijakan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berfokus pada perilaku konsumen di era digital serta pengembangan layanan perbankan yang lebih berpusat pada nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini berisi rincian tentang urutan penulisan dari setiap bab dalam penelitian ini yang dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan landasan teori yang sebagai dasar dalam perumusan hipotesis serta analisis penelitian, penelitian terdahulu, serta diuraikan dan memberikan gambaran kerangka pemikiran data penelitiannya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian, penelitian terdahulu, serta diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran data penelitiannya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai rancangan penelitian yang dijadikan sebagai gambaran secara garis besar tahapan awal

dalam penelitian sampai dengan metode yang akan digunakan dalam menyimpulkan permasalahan yang terjadi.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN & ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi usia, pekerjaan, dan berapa lama penggunaan. Selain itu, bab ini juga menguraikan mengenai hasil analisis data dari variabel penelitian yang telah diuji serta hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang diberikan dari hasil penelitian yang diharapkan.