

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Bank BCA Syariah adalah industri perbankan syariah di Indonesia sebagai bank yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran, penghimpun dana dan pembiayaan bagi nasabah bisnis dan perseorangan. PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA) mengakuisisi PT Bank Utama Internasional Bank (UIB) yang saat ini sudah menjadi PT. Bank BCA Syariah. Perubahan kegiatan usaha bank dari bank konvensional menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia dan pada tanggal 5 April 2010, BCA Syariah resmi beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BCA, 2019). Di era modern saat ini banyak perkembangan perusahaan jasa perbankan yang menyediakan layanan melalui teknologi informasi. Saat ini kecanggihan teknologi informasi dapat digunakan untuk menunjang keunggulan kompetitif sebuah perusahaan. Salah satu teknologi informasi yang selalu digunakan oleh perusahaan saat ini ialah internet. Internet merupakan jaringan komputer yang bisa saling menghubungkan satu dengan yang lainnya. Perkembangan yang terjadi dalam teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh perusahaan jasa perbankan untuk membuat layanan terbaru yang akan memudahkan nasabah untuk bertransaksi tanpa harus datang ke bank. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan syariah, BCA Syariah memberikan fasilitas layanan *online* yang berupa layanan perbankan dengan menggunakan *smartphone* yang digunakan oleh nasabah untuk bertransaksi.

Layanan *online* terdiri dari aplikasi yang membantu memberikan layanan, meningkatkan fleksibilitas, dan efisiensi bagi pengguna dalam domain bisnis dan kehidupan (Rao & Troshani dalam (Chen, 2013). Berbagai macam layanan yang dilakukan dengan *smartphone* akan memudahkan bagi nasabah yang kemungkinan besar *smartphone* akan menjadi alat pembayaran dimana-mana. Layanan ini disebut dengan *mobile banking*.

Mobile banking adalah suatu aplikasi layanan yang dapat digunakan oleh nasabah kapan saja dan dimana saja. *Mobile Banking* adalah salah satu contoh layanan berkualitas dan memiliki kegunaan yang mampu membantu nasabah baik nasabah muslim maupun non muslim, seperti yang sudah tercantum di dalam (QS Al-Qashas ayat 77) yang berbunyi:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Jika ayat diatas dikaitkan dengan pelayanan *mobile banking*, maka sangatlah tepat, karena atas rahmat Allah SWT bank bisa memiliki nasabah, sebagai imbal-balik bank harus memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah dan menjamin akan keamanan data nasabah. Hal ini juga sesuai dengan sebuah riwayat di hadist shohih Muslim, salah seorang sahabat Nabi Muhammad SAW yakni Abu Daud meriwayatkan sebuah hadits yang berbunyi:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ عُقَيْلٍ عَنِ الزُّهْرِيِّ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلَمُهُ مَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ فَإِنَّ اللَّهَ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ بِهَا كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: "Seorang muslim itu saudara bagi muslim lainnya, tidak boleh menzalimi atau merendahkannya. Barang siapa memenuhi kebutuhan saudaranya maka Allah akan memenuhi kebutuhannya. Dan Barang siapa membebaskan kesulitan seorang muslim di dunia, maka Allah akan membebaskan kesulitannya di akhirat. Dan barangsiapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutupi aibnya pada hari kiamat."

Perkembangan perbankan syariah yang tumbuh cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan minat masyarakat mengenai ekonomi syariah semakin bertambah. Kemunculan bank-bank syariah menjadikan persaingan yang sangat berat antar bank, sesuai dengan peringkat yang dirilis oleh (Brand, 2019) pada Tabel 1.1. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa BCA Syariah menduduki peringkat ke 4 Top Brand Index, hal tersebut menandakan bahwa BCA Syariah masih bisa bersaing dengan bank-bank lainnya.

Tabel 1. 1
PERINGKAT TOP BRAND KATEGORI TABUNGAN SYARIAH TAHUN
2019

MEREK	TBI	TOP
BRI Syariah	29,1%	TOP
Mandiri Syariah (BSM)	21,2%	TOP
BNI Syariah	20,0%	TOP
BCA Syariah	15,4%	
Bank Muamalat	4,7%	

Sumber: www.topbrand.com

Sekarang ini, *mobile banking* bukan lagi merupakan gaya hidup, tetapi suatu kebutuhan. Dengan menggunakan *mobile banking*, para nasabah bisa mendapatkan pelayanan yang lebih baik misalnya mempermudah transaksi pembayaran. Banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh *mobile banking* tetap tidak dapat memungkiri kenyataan bahwa *mobile banking* juga memiliki kelemahan. Kelemahan *mobile banking* terdapat pada sistem keamanannya, karena sistem ini melibatkan beberapa pihak seperti pihak bank itu sendiri, dan nasabah. Dalam kasusnya Bank BCA Syariah pernah mendapatkan komplain atas layanan *mobile banking*-nya di mana layanan tersebut sering mengalami gangguan *server*. Ketika mengakses BCA Mobile untuk melakukan pengecekan saldo, nasabah akan diminta untuk melakukan verifikasi ulang. Hal ini tentu saja merugikan bagi pihak bank dan nasabah, nasabah yang mengalami masalah ini merasa kecewa dan dirugikan sehingga dapat mempengaruhi risiko dari layanan *mobile banking* Bank BCA Syariah. Sehingga *mobile banking* menjadi salah satu acuan penting untuk menentukan apakah nasabah sudah merasa puas dengan layanan dan fitur bank tersebut. Dengan demikian, kepuasan nasabah akan berdampak terhadap bertambahnya nasabah. Untuk mempertahankan nasabah dan kualitasnya, Bank BCA Syariah-pun selalu sigap dalam menangani masalah yang ada dalam layanan *mobile banking*. Jika kualitas layanan *mobile banking* yang dapat memberikan berbagai manfaat diperbaiki dan dipantau dengan baik, maka nasabah pengguna akan merasa puas, karena apa yang diharapkan bisa didapatkan.

Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dia akan diuntungkan dengan menggunakan layanan *mobile banking* (Jeong & Yoon, 2013). Jika nasabah menganggap layanan *online* berguna, akan dapat meningkatkan kinerja, produktivitas kinerja, dan meningkatkan efektifitas pengguna (Amin, Rizal & Hamid dalam (Humbani & Wiese, 2019). Nasabah dapat menentukan apakah mereka diuntungkan dengan menggunakan layanan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-hari. Kebanyakan dari nasabah menginginkan suatu pelayanan yang berguna untuk bertransaksi yang bersifat sederhana dan praktis tanpa membuang banyak waktu (Jeong & Yoon, 2013). Cukup dengan *smartphone* nasabah bisa akses dalam aplikasi BCA Mobile yang di dalamnya terdapat beberapa fitur layanan lain seperti cek saldo, transfer, dan lain sebagainya. Kegunaan yang dirasakan oleh pengguna akan berpengaruh antara efektivitas dan kepuasan terhadap layanan *online*.

Risiko ini mengacu pada tingkat ketidakpastian tentang hasil *mobile banking* (Gerrard & Cunningham dalam (Islam & Rahman, 2017). Pengguna *mobile banking* akan merasa takut akan lemahnya keamanan. Kualitas layanan dari *mobile banking* yang dapat menyebabkan masalah atau kemanan yang rentan pada layanan aktivasi transaksi seperti terjadinya transaksi eror dikarenakan sinyal yang tidak memadai/*offline*, pembobolan data individu maupun karena sistem keamanan *mobile banking* yang masih rentan terkena dampak kejahatan dunia maya. Hilangnya *smartphone* juga dapat menambah risiko dari penggunaan *mobile banking*. Masalah yang ada dalam *mobile banking* merupakan masalah yang berbahaya dan beresiko tinggi. Beberapa masalah yang masih dirasakan oleh

nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*, maka BCA Syariah harus memperbaiki layanan *mobile banking* karena layanan ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian kualitas layanan *mobile banking* BCA harus mendapat perhatian agar kinerja perusahaan tetap terjaga.

Kepuasan adalah kunci agar sebuah bisnis bisa memperoleh sebuah keberhasilan (Gera, Mittal, Batra, & Prasad, 2017). Kepuasan merek menjadi salah satu bentuk nyata penilaian pelanggan pada sebuah produk perusahaan atas suatu jasa atau nilai yang diberikan. Kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja anggapan produk terhadap ekspektasi pembeli, jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa, jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas dan jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas (Sheng & Ibrahim, 2019). Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi bagaimana kinerja sebuah perusahaan untuk kedepannya. Umumnya ketika seorang pelanggan merasa puas atas sebuah merek, maka pelanggan akan memilih untuk tetap menggunakan merek yang sama di masa yang akan datang. Pelanggan akan memilih untuk setia dengan merek dan mulai memperkenalkan merek tersebut kepada orang lain, yang mana ini menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan untuk kegiatan promosinya. Kepuasan tidak hanya penting bagi perusahaan yang berbasis penawaran produk, melainkan juga bagi perusahaan yang berbasis pada penawaran jasa salah satunya yaitu Bank. Kepuasan yang dirasakan nasabah menjadi tujuan utama bank-bank saat ini agar dapat menaikkan penjualan produknya dan menambah kepercayaan nasabah atas kinerja dari bank tersebut.

Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu berkomitmen pada agamanya dan kepada siapa agamanya tercermin sikap dan perilaku individu (Salindal, Ahmad, & Abdullah, 2018). Konsumen memiliki komitmen yang sangat tinggi pada agama. Konsumen selalu memilih barang atau jasa layanan yang baik dan tidak bertentangan dengan agamanya. Mayoritas konsumen dengan religiusitas yang tinggi pasti mereka memahami adanya riba yang dalam ajaran islam adalah haram, maka dari itu konsumen lebih memilih jasa perbankan syariah dibandingkan dengan bank konvensional, seperti yang sudah tercantum dalam (QS Al Baqarah ayat 278) yang bernyunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Lembaga keuangan syariah mendapatkan peluang untuk mempromosikan produk yang menjunjung nilai-nilai syariah. Agama menjadi salah satu peran penting yang berpengaruh untuk memilih sebuah produk di masyarakat (Asgari, 2015). Oleh karena itu, peneliti akan meneliti seberapa besar kegunaan *mobile banking* Bank BCA Syariah berpengaruh terhadap risiko pengguna. Peneliti juga akan membahas pengaruh risiko pengguna terhadap kepuasan nasabah atas *mobile banking* Bank BCA Syariah. Penelitian ini juga akan membahas pengaruh kegunaan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah dan seberapa besar pengaruh religiusitas memoderasi hubungan antara variabel kegunaan terhadap variabel kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah. Hasil penelitian ini akan dituangkan kedalam penelitian yang berjudul

”Pengaruh Kegunaan dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah dengan Moderasi Religiusitas pada *Mobile Banking* Bank BCA Syariah di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah?
2. Apakah risiko berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah?
3. Apakah religiusitas memoderasi hubungan antara kegunaan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Surabaya?

1.3 Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank BCA Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas memoderasi hubungan antara kegunaan terhadap kepuasan *mobile banking* Bank BCA Surabaya.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka dapat disebutkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut di bawah ini:

1. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bank sebagai wadah informasi agar bank dapat memperbaiki kinerja *mobile banking* agar pengalaman nasabah terhadap kegunaan yang dirasakan oleh nasabah dapat memperbaiki risiko pengguna dan kepuasan nasabah untuk meningkatkan kualitas dari *mobile banking*.

2. Bagi peneliti dan peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan manfaat bagi peneliti agar dapat memahami tentang pengaruh kegunaan terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh risiko terhadap kepuasan nasabah serta pengaruh religiusitas sebagai moderasi antara kegunaan dengan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini juga diharapkan bagi peneliti lain sebagai sumber informasi dan referensi untuk bahan penelitian dengan topik yang sama.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi STIE Perbanas Surabaya yang dapat memberikan pengetahuan bagi mahasiswa/i dalam bidang pemasaran produk perbankan yang berkaitan dengan kegunaan, risiko terhadap kepuasan nasabah, pengaruh religiusitas sebagai moderasi antara kegunaan terhadap kepuasan nasabah.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan agar masyarakat lebih memahami tentang risiko-risiko penggunaan *mobile banking* yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah selama penggunaan layanan tersebut serta masyarakat dapat memahami *prinsip-prinsip* syariah sehingga paham dengan mekanisme dan unsur-unsur yang ada didalam prinsip syariah yang dapat bermanfaat bagi dunia dan akhirat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dapat diuraikan dengan sistematika yang akan memudahkan pemahaman dengan yang terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Permasalahan, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pegambilan Sampel, Penyusunan Instrumen Penelitian, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dan Teknik AnalisisData.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.

