

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga kebutuhan akan kemudahan bertransaksi semakin menjadi tuntutan. Dan kini layanan perbankan sudah beralih secara digital untuk menjadi semakin efektif dan relevan dengan perkembangan zaman (Shofiah *et al.*, 2022). Dewasa ini perbankan telah dilengkapi dengan adanya fasilitas secara *mobile* dengan seiringnya kemudahan dan kesederhanaan mekanisme maka menjadi dasar para nasabah berganti kebiasaannya selama ini. Layanan menjadi salah satu peranan penting sebagai tumpuan bank dalam menghadapi nasabah. (Ana & Zunaidi, 2022).

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat memenangkan persaingan dalam keadaan yang semakin ketat (Junaedi, 2020). Untuk dapat memenangkan kompetisi dalam industri perbankan yang lebih kompetitif, setiap bank diharuskan untuk mampu memberikan pelayanan yang terbaiknya terhadap produk-produk yang diberikan kepada setiap nasabah, salah satunya yaitu media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi digital atau yang disebut juga *mobile banking (m-banking)*. Maka *customer service* harus mampu memperhatikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan operasional bank.

Strategi pelayanan suatu kegiatan proses pengaturan dalam menerapkan sebuah strategi perusahaan sehingga keluhan dapat teratasi serta dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan (Lutfiatin & Aminuddin, 2022). Perbankan merupakan salah satu kompetitor yang sedang mengalami persaingan sengit dalam dunia perdagangan. Selain bersaing dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah, perbankan juga bersaing menciptakan produk serta jasa unggulan agar mampu memuaskan nasabah dan menjadikan nasabah loyal kepada perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, perbankan memanfaatkan IT sebagai sarana dalam memikat nasabah. Hal ini dilihat dari kebiasaan dan kecendrungan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi.

Salah satu alat untuk mengukur kualitas dari portal *internet banking* ini adalah *WebQual 4.0*. Pengukuran yang dipakai untuk mengukur dan menghitung kualitas portal berdasarkan pada 4 instrument penelitian yaitu, Kegunaan, Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dan Kesan secara keseluruhan (*Overall Impression*). *WebQual 4.0* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir (Simbolon, 2021). *Website* yang bermutu dari perspektif pengguna dapat dilihat dari tingkat persepsi layanan aktual yang tinggi dan kesenjangan persepsi aktual dengan ideal yang rendah.

Instrumen *WebQual* disaring melalui proses perbaikan iteratif dengan menggunakan kuesioner percobaan sebelum dibebaskan untuk populasi yang

lebih besar. 24 instrument pertanyaan diuji oleh aplikasi dalam *website* sekolah bisnis Inggris (Kusmindari *et al.*, 2018). Setelah praktek standar dalam QFD, responden diminta untuk menilai setiap *website* sekolah bisnis dalam hal kualitas dan 24 instrument tersebut menunjukkan betapa pentingnya kualitas masing-masing *website*.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi, mengharuskan perbankan melakukan inovasi dalam melayani nasabahnya (Muzayyana & Asmuni, 2022). Melakukan evolusi berupa layanan perbankan digital (*digital banking*) menjadi salah satu pilihan yang dapat dilakukan perbankan. Layanan perbankan digital dapat mempermudah nasabah dalam melakukan pembukaan buku rekening, transaksi perbankan, registrasi, komunikasi, dan penutupan rekening (Jannah *et al.*, 2020). Layanan ini dapat diakses dengan mudah tanpa ada batasan waktu dan tempat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (Busriadi, 2020).

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dikutip dalam *website* nya, regulasi (2016) Layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan sarana elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri (Hariyani & Yustisia, 2019). Dengan adanya layanan perbankan digital ini dapat memudahkan calon nasabah dan nasabah untuk mendapatkan informasi, registrasi, pembukaan rekening, melakukan komunikasi, penutupan rekening, transaksi perbankan, dan termasuk

memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan seperti halnya informasi mengenai nasihat keuangan (*financial advisory*), transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), investasi, dan lain sebagainya (Utama, 2023).

Dalam menjawab tantangan pesaing perbankan, Bank Negara Indonesia (BNI) menjadi salah satu dari beberapa perbankan lainnya yang menggunakan layanan *digital banking* (Rombe, 2020). Adapun layanan digital yang digunakan oleh BNI adalah layanan *e-banking* (ATM, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*) dan aplikasi pembukaan rekening *online*. Hal ini dilakukan BNI agar nasabahnya dapat memperoleh kepuasan atas layanan yang diberikan, hingga nantinya akan muncul sikap loyal nasabah terhadap perbankan (Putra & Hasmawaty, 2022).

Melihat dari banyaknya praktik yang ada, sistem pembayaran digital sangat efisien dalam penggunaannya. Meskipun demikian masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa. Konsumen pengguna sistem pembayaran digital saat ini umumnya didominasi oleh masyarakat kelas menengah hingga menengah atas, maupun masyarakat yang sudah melek teknologi, sehingga pemerataan penggunaan uang elektronik di Indonesia dirasa masih kurang.

Ditengah perkembangan teknologi yang semakin canggih dan semakin besarnya nilai transaksi serta makin tingginya resiko yang dihadapi, masyarakat membutuhkan sistem pembayaran yang aman dan lancar menjadi

semakin penting. Dengan adanya jaminan keberhasilan sistem pembayaran itu maka dapat mendukung perkembangan sistem keuangan dan perbankan guna menciptakan kestabilan perekonomian. Dikarenakan pelayanan yang berbelit-belit, di mana pelanggan merasa jenuh karena antrian pelayanan yang sangat lama. Membuat pelanggan merasa tidak dilayani dengan baik. Sehingga banyak pelanggan yang beranggapan bahwa pelayanan, dalam menggunakan produk-produk yang diberikan agak rumit cara kerjanya.

Mobile Banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash (Istiqomah, 2019). *Mobile Banking* layanan perbankan melalui saluran *via wireless, mobile banking* adalah bagian dari *electronic banking* yang menggunakan teknologi *mobile phone*. Ada dua macam bentuk *mobile banking*, yaitu *SMS banking* yang di akses dengan mengirimkan pesan tertulis dan *WAP-banking* bentuk *mobile internet service* yang di akses *via GPRS (internet) connection* (Situmorang, 2020). *Mobile Banking* menjadi pilihan karena mudah di gunakan, praktis, lebih aman (berbasis nomor telpon seluler), bersahabat dengan nyaman.

Berkat *Mobile banking* nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatang kantor cabang bank untuk transaksi personal (Sudirman, 2019). *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan, serta keefektifan dan keefisienan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. *Mobile*

banking tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan *Mobile banking*. Salah satu masalah yang di hadapi oleh *Mobile Banking* adalah kurangnya pengetahuan masyarakat akan adanya layanan atau fasilitas yang di berikan oleh Bank yang bernama *Mobile Banking* (Pakpahan & Supriyadi, 2022). Namun bagi masyarakat yang sudah paham dan sering menggunakan *Mobile Banking* mereka sangat nyaman dalamnya. Dimana masyarakat yang sudah biasa menggunakan *Mobile Banking* merasakan kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi menggunakan fasilitas perbankan.

Keamanan menjadi tolak ukur bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi melalui *Mobile Banking*, kebanyakan dari nasabah masih meragukan keamanan dari *Mobile Banking* (Istiqomah, 2019). Keamanan merupakan isu paling penting dan sering kali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap *internet banking* berkurang. Hal yang perlu di pertimbangkan yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* adalah kepercayaan yang dirasakan dalam transaksi perbankan online (Istiqomah, 2019).

Aplikasi strategi yang tepat untuk membangun kepercayaan pelanggan sangat penting bagi penyedia layanan (Hamdani, 2019). Keamanan dan privasi transaksi online mendemotivasi pengguna untuk menggunakan perbankan *online*. Selanjutnya kepercayaan konsumen juga sangat bergantung pada tingkat inovasi pribadi dan informasi yang mereka terima melalui jejaring social (Mujitahid, 2022). Sehingga, kepercayaan adalah salah satu

kunci bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini menitikberatkan pada kepercayaan nasabah BNI ditinjau dari penggunaan *Mobile Banking* BNI terhadap keputusan nasabah BNI KC Magetan. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang beralih menggunakan fasilitas *Mobile Banking* BNI. Karena pada kualitas *Mobile Banking* BNI yang digunakan dalam penelitian ini adalah *design website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed* dan *security*. Dengan adanya *Mobile Banking* BNI para nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan nasabah lainnya, sewaktu-waktu dan dimanapun mereka berada. Pada saat ini sudah banyak di dunia perbankan menggunakan dan menyediakan akses *Mobile Banking* untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu kemajuan teknologi bagi nasabah serta perbaikan layanan bank yang biasanya nasabah membutuhkan waktu untuk antri kurang lebih 15 menit jika bank tersebut ramai.

Berdasarkan uraian fenomena diatas saya ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Webqual 4.0, Kemudahan Akses Dan Keamanan Data Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Pada Nasabah BNI KC. Magetan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah ada pengaruh *Webqual 4.0* terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan?
- 1.2.2 Apakah ada pengaruh kemudahan akses terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan?
- 1.2.3 Apakah ada pengaruh keamanan data nasabah terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian diatas adalah sebagai berikut:

- 1.3.1.1 Untuk mengetahui pengaruh *Webqual 4.0* terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan.
- 1.3.1.2 Untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan.
- 1.3.1.3 Untuk mengetahui pengaruh keamanan data nasabah terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BNI KC. Magetan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diterapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1.3.2.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam rangka menambah ilmu pengetahuan tentang *webqual 4.0*, kemudahan akses dan keamanan data nasabah dalam ilmu manajemen pemasaran menggunakan *mobile banking* pada nasabah BNI KC. Magetan.

1.3.2.2 Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat berguna untuk mengembangkan ilmu dan praktek keputusan pembelian maupun manajemen pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai tambahan ilmu dan informasi serta dapat digunakan sebagai landasan yang memiliki tema yang sesuai dengan *webqual 4.0*, kemudahan akses dan keamanan data nasabah terhadap keputusan pembelian.