

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kearah digitalisasi menyebabkan berbagai aktivitas mulai berubah menyesuaikan dengan zaman. Digitalisasi adalah proses mengubah bentuk tercetak menjadi bentuk elektronik dengan memindai untuk pembuatan lembar elektronik yang tepat untuk mengambil, menyimpan dan kecepatan komputer. Digitalisasi merupakan tahapan pengubahan data menjadi model digital untuk dikembangkan atau diolah oleh komputer (Yulianti, 2021). Inovasi teknologi yang membuat hidup lebih mudah juga telah memasuki industri keuangan. Salah satunya adalah bagian yang ditujukan pada transformasi era industri 4.0 yang berlangsung di sektor perbankan. Transformasi digital dibidang perbankan tidak hanya sebatas penyediaan pelayanan secara virtual dan mobile banking. Industri perbankan dan keuangan telah melakukan pembaharuan dengan menggunakan teknologi digital untuk mengkomunikasikan layanan kepada pelanggan. Teknologi perbankan banyak mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka (Mutiasari, 2020). Melalui finansial teknologi tersebut pihak bank mampu memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah yang antra lain, dapat mendapatkan informasi dan komunikasi dengan mudah, bisa bertransaksi dengan waktu yang fleksibel. Tetapi, pihak bank harus bisa memperhatikan kemudahan akses disetiap fitur-fitur yang tersedia.

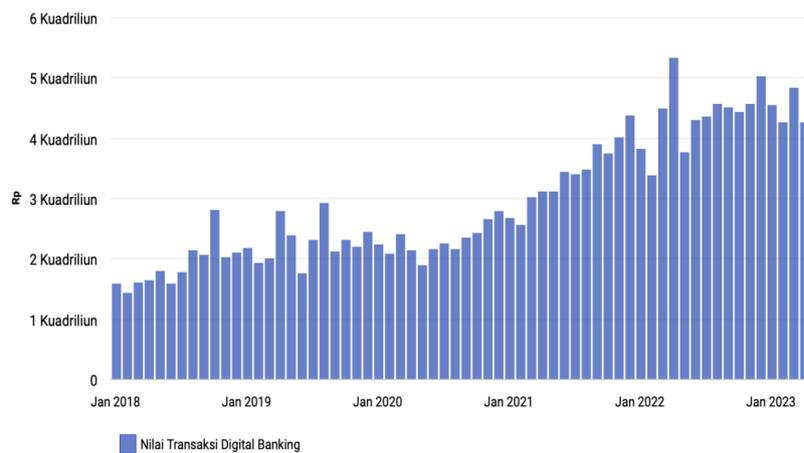
Salah satu dari pembaharuan yang mengarah ke digital yang diciptakan oleh perbankan yaitu mobile banking. Agar mampu bersaing dipasaran industri

perbankan seluruh pelaku bisnis telah mengembangkan mobile banking. Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. (Wulandari, Putri 2017). Fungsi mobile banking bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan operasional yang ada dalam perbankan dan juga meminimalkan pembiayaan (Prihanto, & Yuniati, 2021). Sedangkan fungsi mobile banking bagi nasabah adalah dapat melakukan berbagai transaksi yang di inginkan secara online. tanpa harus datang ke atm karena bisa langsung diakses melalui mobile banking di handphone. Mengecek transaksi yang telah dilakukan, dan dapat digunakan untuk membayar tanggungan seperti, tanggungan telepon, listrik, dan untuk transaksi perbankan lainnya. (Amanullah & Sutopo, 2014).

Pesatnya perkembangan teknologi memang telah mengubah perilaku dan pola transaksi nasabah menjadi serba digital. Geliat transformasi digital salah satunya dipicu oleh pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) yang melanda Tanah Air pada awal 2020 lalu. Ketika pembatasan sosial berskala besar dilakukan, seluruh kegiatan perbankan nasabah dipaksa beralih ke digital channel atau kanal digital. Kebiasaan ini pun terus berlanjut, bahkan makin menguat. Kemudian, nasabah makin jarang datang langsung ke kantor cabang perbankan. Tahun lalu, sejumlah bank memutuskan untuk menutup kantor cabangnya. Hal ini mengakibatkan penyusutan jumlah kantor cabang bank. Merujuk pada data Statistik Perbankan Indonesia (SPI) yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah kantor cabang bank umum pada Agustus 2022 tercatat 25.842 kantor cabang. Jumlah tersebut turun 12,94%

secara tahunan (year on year/yoy) atau 3.841 unit jika dibandingkan dengan Agustus 2021 yang sebanyak 29.683 kantor cabang.

Merosotnya jumlah kantor cabang berbanding terbalik dengan transaksi melalui kanal digital yang justru memelesat. Bank Indonesia (BI) mencatat, per Oktober 2022 nilai transaksi digital banking naik 38,38% yoy menjadi Rp5.184,1 triliun. Sementara itu, nilai transaksi uang elektronik pada periode yang sama tumbuh 20,19% (yoy) menjadi Rp35,1 triliun. Akselerasi digital perbankan di Indonesia juga ditandai dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard alias QRIS.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Transaksi digital Banking di Indonesia

Sumber : Databoks 2023

Berdasarkan Data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi digital banking dalam negeri mencapai Rp 4.264,8 triliun atau hampir Rp 4, 3 kuadriliun. Nilai tersebut mencakup berbagai transaksi digital banking atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yakni internet banking, SMS/mobile banking dan phone banking. Mengacu pada

Peraturan Otoritas Jasa keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah. Data 5 tahun kebelakang menyatakan bahwa pada April 2023 nilai transaksi perbankan secara digital secara nasional sudah tumbuh 158% dibanding April 2018. Hal tersebut menunjukkan, meski dering terjadi fluktuasi secara bulanan dalam jangka panjang tren penggunaan layanan digital banking atau mobile banking di Indonesia cenderung menguat seperti yang terlihat pada grafik tersebut.

Perkembangan Mobile banking yang semakin pesat membuat berbagai perusahaan perbankan harus bersaing dengan ketat agar dapat mempertahankan nasabah mereka. Melalui pengimplementasian finansial teknologi oleh perbankan didalam pelayanan pada nasabah diharapkan mampu meningkatkan kepuasan kepada nasabah. Menciptakan kepuasan nasabah sangat penting bagi perbankan, tingginya kepuasan nasabah menciptakan kepuasan nasabah akan memberikan tingkat loyalitas yang tinggi pada diri nasabah tersebut atas produk-produk yang ditawarkan oleh pihak bank. Kepuasan nasabah ketika dapat terpenuhi dengan baik akan menimbulkan loyalitas dari nasabah itu sendiri terhadap perusahaan. Untuk menciptakan loyalitas nasabah, bank perlu memahami bagaimana dapat memberikan kepuasan secara optimal melalui pemanfaatan kualitas layanan mobile banking (Febrianta & Indrawati, 2016). Bank harus dapat menjaga kualitas dari sistem yang disediakan seperti kemudahan akses serta manfaat yang diberikan dari sistem tersebut agar dapat meningkatkan rasa puas nasabah yang kemudian diharapkan dapat berdampak positif terhadap loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Kepuasan nasabah merupakan rasa bahagia ataupun kecewa yang timbul karena membandingkan antara produktivitas suatu produk yang diprediksi terhadap produktivitas kinerja yang diinginkan. (Tirtayasa, 2021) menyebutkan kepuasan konsumen adalah perbaikan setelah adanya pembelian suatu barang ataupun jasa yang diinginkan minimum sama ataupun diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen sedangkan rasa tidak puas dapat timbul apabila hasil yang diinginkan tidak memenuhi ekspektasi yang diinginkan (Atmaja, 2018). Kepuasan itu akan ada ketika konsumen mampu merasakan apa yang diinginkan dalam pelayanan itu dan ketika nasabah mendapatkan kepuasan yang optimal maka akan timbul rasa loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen dalam penggunaan mobile banking menurut penelitian terdahulu dapat dipengaruhi dari kemudahan akses dalam menggunakan mobile banking (Widianingrum, 2021) dan manfaat aplikasi (Widianingrum, 2021).

Kemudahan akses merupakan keadaan seseorang memiliki sebuah kepercayaan dengan memakai suatu aplikasi yang mampu dioperasikan selancar mungkin tanpa mengeluarkan berbagai cara (Delima, 2019). Terkait seberapa jauh usaha yang digunakan pengguna dalam mengelola suatu layanan. Hal tersebut meliputi kejelasan harapan pengguna dan kemudahan pengguna aplikasi yang memiliki manfaat sesuai dengan keinginan pengguna, dan semakin mudah suatu aplikasi, akan lebih sering seseorang untuk gunakan aplikasi tersebut (Amalia & Saryadi, 2018). Suatu kemudahan akses mempengaruhi rasa puas konsumen di dalam pengoperasian pelayanan bank secara online. Penggunaan layanan perbankan secara online yang dapat diakses dengan mudah dapat

memberikan rasa puas bagi nasabah yang menggunakannya (Widianingrum, 2021). Dengan kemudahan pengaksesan sebuah aplikasi yang diberikan, dapat menggiring pengguna untuk bisa melakukan proses transaksi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian (Amalia & Saryadi, 2018). Sesuai dengan penelitian terkait pernyataan diatas yang telah di teliti oleh widianingrum yang menunjukkan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan pada rasa kepuasan konsumen di dalam penggunaan aplikasi mobile banking BNI syariah, yang artinya kemudahan akses dalam menggunakan aplikasi mobile banking BNI syariah memberikan rasa kepuasan pada nasabah (Widianingrum, 2021).

Selain kemudahan akses, kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi mobile banking juga dapat ditingkatkan melalui manfaat aplikasi yang disediakan didalam aplikasi tersebut. Manfaat adalah sesuatu hal yang bisa menghasilkan sebuah keuntungan ataupun dampak baik bagi kita. Dalam penelitian Trisnawati (2017) dikatakan bahwa persepsi sebuah manfaat itu dikatakan sebagai faktor yang bisa memberikan pengaruh dalam kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi mobile banking sehingga dapat diartikan bahwa manfaat bisa diberikan dengan maksimal dari suatu system maka dapat memberikan kepuasan Widianingrum (2021). Manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka akan tercipta kesan positif dan semakin meningkatkan kepuasan pengguna dalam bertransaksi melalui aplikasi mobile banking. Suatu system yang menawarkan berbagai manfaat akan meningkatkan kepuasan dari penggunanya Prasetia & Suwitho (2022). Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurkhaqu (2023) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Livin'by

mandiri. Yang artinya semakin bermanfaat aplikasi tersebut maka akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakannya.

Upaya meningkatkan tingkat kepuasan dari seorang nasabah dapat dimulai dari perusahaan perbankan itu sendiri yang harus memperhatikan sistem yang mereka sediakan seperti, kemudahan akses dan manfaat dari sistem tersebut apakah sesuai dengan harapan nasabah atau tidak. Semakin mudah suatu sistem digunakan dan dapat memberikan kemanfaatan bagi penggunaannya maka, akan meningkat rasa puas yang dirasakan oleh nasabah tersebut yang kemudian secara tidak langsung akan berdampak terhadap kelayakitan nasabah terhadap perusahaan.

Objek dari penelitian yang dilakukan ini adalah nasabah Bank BRI pada Kantor Cabang Ponorogo yang menggunakan mobile banking BRI . Alasan pemilihan objek tersebut berdasarkan oleh penemuan masalah terkait ketidakpuasan konsumen dalam penggunaan mobile banking yang disediakan oleh Bank BRI. Ketidakpuasan tersebut meliputi keluhan nasabah terkait aplikasi mobile banking BRI yang sering terjadi trouble jaringan hingga dapat mengganggu aktivitas transaksi nasabah. ketidakpuasan tersebut diduga berkaitan dengan kemudahan akses serta manfaat aplikasi yang disediakan oleh perbankan. Masalah tersebut seperti yang tercantum pada penelitian yang dilakukan oleh Nurahma Putri (2021) yang menyebutkan bahwa permasalahan tersebut sering dikeluhkan oleh nasabah. Studi ini berkontribusi untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam penggunaan mobile banking di Ponorogo.

Berdasarkan penjabaran fenomena masalah pada objek tersebut. Maka, peneliti terdorong untuk penelitian ulang tentang **“Pengaruh Kemudahan**

**Akses dan Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang di Ponorogo)”.**

**1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kemudahan Akses Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
2. Apakah Manfaat Aplikasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
3. Apakah Kemudahan Akses Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
4. Apakah Manfaat Aplikasi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
5. Apakah Kepuasan Nasabah Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
6. Apakah Kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Akses dengan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?
7. Apakah Kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Manfaat Aplikasi dengan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

#### Tujuan

1. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo.
2. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh manfaat aplikasi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo.
3. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo.
4. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo .
5. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo.
6. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Akses dengan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo
7. Untuk dapat mempelajari dan menganalisis pengaruh kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Manfaat Aplikasi dengan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI di Ponorogo

## Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan serta dapat dijadikan rujukan dalam meningkatkan kemudahan sistem serta manfaat dari sistem yang disediakan akan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

3. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini harapannya dapat menambah bekal wawasan secara teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dengan realita yang ada.

4. Bagi Penelitian Mendatang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

