

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang mencakup pelayanan optimal, pengembangan kualitas produk secara inovatif, penentuan harga yang sesuai, serta penyampaian promosi yang efektif di masa kini (Azhari & Ali, 2024). Lebih jauh lagi, pasar menjadi lebih kompleks, dan pesaing menerapkan berbagai strategi untuk merebut pangsa pasar, baik dengan meniru produk sejenis maupun menciptakan inovasi di segmen baru yang belum tergarap. Hal ini mungkin menyebabkan respons terhadap tuntutan pelanggan yang diperlukan guna mengetahui jenis produk dan layanan yang diharapkan agar perusahaan lebih responsif dalam mengatasi transformasi pasar. (A. A. Rahmawati & Aji, 2022). Perubahan ini juga tidak terlewatkan pada dunia perbankan yang telah mengadopsi kemajuan teknologi informasi dalam sistem layanannya dengan menghadirkan platform transaksi berbasis *electronic banking*, seperti *mobile banking (m-banking)* dan *internet banking* (A. A. Rahmawati & Aji, 2022).

Bank menawarkan perbankan seluler, yang sering dikenal sebagai *m-banking*, sebagai layanan keuangan untuk membantu konsumen menyelesaikan berbagai transaksi dengan sukses dan membuat operasi perbankan lebih lancar (Ananda & Fasa, 2024). Adopsi layanan *mobile banking* semakin meningkat seiring dengan berkembangnya kebutuhan

masyarakat akan kemudahan dan efisiensi dalam menjalankan berbagai transaksi keuangan (Suri, 2024). Salah satu bank terkemuka di Indonesia, Bank Rakyat Indonesia (BRI) telah meluncurkan aplikasi BRI Mobile untuk menjawab permintaan nasabah akan layanan perbankan yang lebih praktis yang dapat diakses kapan saja dan dari lokasi mana pun.

Hasil survei yang dilakukan oleh lembaga Populix pada Mei 2024, layanan *mobile banking* terpopuler di Indonesia ditempati oleh BCA Mobile. Produk dari PT Bank Central Asia Tbk yang diresmikan pada tahun 2011 ini dipilih oleh 40% responden sebagai *mobile banking* paling digemari, baik dari segi antarmuka maupun kelengkapan fitur yang tersedia. Kemudahan dan keamanan yang terjamin menjadi faktor utama banyaknya responden yang memilih layanan perbankan dari BCA Mobile. Dari data tersebut diketahui bahwa BRI Mobile menempati posisi kedua dengan perolehan 27%. Diluncurkan pada Februari 2019, BRImo berhasil mencatat 2,2 juta transaksi dengan total nilai mencapai Rp1,2 triliun dalam waktu dua bulan setelah peluncurannya. BRImo menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, tetapi pada data tersebut menunjukkan bahwa BRImo belum mampu mengungguli BCA Mobile dalam hal popularitas dan penggunaan. Selisih sebesar 13% antar BCA Mobile dan BRImo menjadi indikator bahwa terdapat tantangan yang perlu diidentifikasi dan diatasi oleh BRI untuk meningkatkan daya saing layanan *mobile banking*.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh individu setelah membandingkan antara hasil

atau kinerja suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya (Roynaldus A. K. Agung, 2023). Selain kenyamanan, kualitas layanan pelanggan juga memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan nasabah. Layanan pelanggan yang responsif dan mampu menyelesaikan permasalahan nasabah dengan cepat akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah. Aplikasi seperti BRI Mobile harus terus berinovasi guna menghadirkan pengalaman yang relevan dengan kebutuhan pengguna dan preferensi bagi masyarakat. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat daerah Ponorogo. Meski sebagai *digital society* mereka memiliki peluang besar untuk memanfaatkan layanan perbankan melalui ponsel, belum banyak kajian yang mendalam sejauh mana nasabah ini merasa puas menggunakan aplikasi BRImo. Persepsi terhadap kegunaan, rasa aman, serta tingkat kepercayaan terhadap aplikasi menjadi aspek krusial yang diyakini memengaruhi kepuasan mereka. Oleh karena itu, studi ini berupaya menelaah peran ketiga aspek tersebut dalam membentuk kepuasan pelanggan saat mengaplikasikan BRImo.

Layanan *mobile banking* sekarang menjadi bagian esensial dalam nasabah khususnya nasabah Ponorogo yang mengutamakan kecepatan, keamanan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah masyarakat Ponorogo teridentifikasi adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi pengguna dan pengalaman aktual dalam menggunakan BRImo. Nasabah mengeluhkan bahwa meskipun fitur yang ditawarkan cukup lengkap, aplikasi kerap mengalami gangguan seperti *lag* dan *crash*, terutama pada jam sibuk yang berdampak pada kenyamanan

bertransaksi. Dari sisi keamanan, terdapat kekhawatiran dari responden terkait perlindungan akun, karena pernah mengalami masalah login atau tidak menerima kode OTP. Terkait kepercayaan, sebagian pengguna menyatakan keraguan mereka akibat lambannya respons terhadap pengaduan dan kurang tanggapnya layanan pelanggan BRImo. Selain itu, otoritas terkait juga mengeluarkan kebijakan baru yaitu pemblokiran rekening jika tidak ada transaksi selama tiga bulan. Situasi tersebut mengindikasikan bahwa BRImo belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi nasabah akan layanan digital yang cepat, aman, dan andal. Hal ini mencerminkan adanya ketimpangan antara harapan dan kenyataan yang dialami oleh nasabah Ponorogo khususnya dalam dimensi persepsi kegunaan, keamanan, dan kepercayaan. Oleh sebab itu, penting dilakukan riset lebih mendalam untuk memahami seberapa jauh ketiga faktor tersebut memengaruhi kepuasan pengguna serta memberikan rekomendasi strategis bagi peningkatan kualitas layanan BRImo agar lebih sesuai dengan preferensi dan karakteristik masyarakat di era sekarang ini.

Kepuasan nasabah adalah persepsi kegunaan dari aplikasi tersebut. Persepsi kegunaan mengacu pada seberapa yakin pengguna bahwa program tersebut akan membuat transaksi keuangan lebih mudah dan efisien. Penelitian oleh (Alyani Vinasti, 2022) mengungkapkan bahwa pandangan pengguna terhadap manfaat penggunaan berperan penting dalam memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan *mobile banking*. Kepuasan pengguna akan semakin tinggi apabila manfaat yang diperoleh dari suatu sistem atau produk dirasakan semakin besar,

masalah terkait persepsi kegunaan bisa menjadi tantangan tersendiri. Nasabah lebih mengutamakan aplikasi yang tidak hanya menawarkan fitur dasar tetapi juga memberikan pengalaman yang intuitif dan nyaman dalam penggunaannya. Meskipun aplikasi sudah menyediakan berbagai layanan perbankan, beberapa nasabah merasa bahwa antarmuka aplikasi masih belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi mereka. Masalah ini terungkap dalam penelitian oleh (Satria Chandra Putra & Ginting Amanda, 2022), yang menunjukkan bahwa pengguna cenderung kecewa jika aplikasi tidak menawarkan desain yang responsif dan mudah diakses. Mereka lebih memilih aplikasi dengan fitur yang lebih interaktif, responsif, dan dapat memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan efisien. Jika BRI Mobile tidak mampu memenuhi harapan ini, nasabah mungkin akan beralih ke layanan lain yang lebih menarik dan memudahkan.

Persepsi keamanan merupakan salah satu elemen krusial yang memengaruhi kepuasan nasabah selain persepsi kegunaan. Keamanan dalam bertransaksi menjadi perhatian utama bagi pengguna layanan perbankan digital, terutama terkait dengan perlindungan data pribadi mereka. Dalam sebuah penelitian oleh (Tanuwijaya & Zainul Arifin, 2023), ditemukan bahwa banyak nasabah yang merasa khawatir akan potensi ancaman terhadap data dan transaksi mereka saat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, persepsi terhadap tingkat keamanan aplikasi *mobile banking* sangat memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakannya. Masyarakat, yaitu pengguna digital yang sangat aktif, masalah keamanan menjadi faktor yang lebih krusial. Mereka sangat

peka terhadap risiko kebocoran data dan penipuan online, terutama karena banyaknya kasus yang beredar di dunia maya terkait dengan penyalahgunaan data pribadi. Mereka lebih memilih aplikasi yang menawarkan proteksi yang lebih baik, seperti pengamanan data yang kuat, autentikasi dua faktor, dan sistem pemulihan akun yang mudah. Jika BRI Mobile tidak dapat memenuhi harapan ini, nasabah cenderung merasa kurang puas dan ragu untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, penting bagi BRI untuk terus meningkatkan aspek keamanan pada aplikasi mereka guna mempertahankan kepercayaan dan kepuasan nasabah, khususnya di masyarakat yang sangat mengutamakan perlindungan data pribadi mereka.

Kepercayaan menjadi faktor lainnya yang turut memengaruhi pengalaman pengguna. (Usman, 2021) menyatakan bahwa tingkat kepercayaan nasabah dapat meningkatkan kenyamanan mereka dalam bertransaksi melalui aplikasi *mobile banking*. Pada ruang lingkup nasabah, kepercayaan terhadap aplikasi *mobile banking* seperti BRI Mobile sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keamanan dan transparansi aplikasi tersebut. Nasabah sangat menghargai privasi dan perlindungan data pribadi mereka, sehingga mereka membutuhkan jaminan bahwa aplikasi yang mereka gunakan dapat menjaga informasi mereka dengan baik. Meskipun BRI Mobile telah mempromosikan berbagai aspek keamanan, seperti enkripsi data dan verifikasi dua langkah, nasabah masih cenderung merasa skeptis terhadap potensi kebocoran data atau penyalahgunaan informasi pribadi. Penelitian oleh (Andini & Hariyani,

2023) mengungkapkan bahwa nasabah lebih cenderung menggunakan aplikasi yang secara transparan menjelaskan bagaimana data mereka akan digunakan dan dilindungi. Apabila nasabah BRI Mobile tidak cukup jelas maka tingkat kepercayaan mereka dapat menurun sehingga memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan *mobile banking* BRI.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan dalam latar belakang, peneliti memutuskan untuk meneliti topik mengenai “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah BRI Mobile di Ponorogo”.

1.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, sasaran yang ingin dicapai pada akhir penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile di Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Hasil studi ini dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran dan pengembangan wawasan bagi peneliti dalam memahami hubungan antara persepsi kegunaan, keamanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna layanan digital, khususnya pada masyarakat Ponorogo. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman dalam menganalisis dan menginterpretasikan data untuk menghasilkan temuan yang relevan dan aplikatif.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berharga bagi perusahaan, khususnya Bank Rakyat Indonesia (BRI), dalam mengevaluasi dan memperbaiki mutu pelayanan pada *mobile banking* mereka. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, perusahaan mampu menyusun strategi yang

lebih optimal guna mendorong peningkatan kepuasan serta loyalitas nasabah di era digital yang semakin kompetitif.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dan landasan bagi studi selanjutnya yang mengangkat topik sejenis. Peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel baru, memperluas populasi penelitian, atau menggunakan metode analisis yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan komprehensif.

