

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkan kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelangganya.

Persaingan antar bank menjadi landasan yang penting dalam memahami dinamika industri perbankan. Dalam upaya memenangkan persaingan dan mempertahankan pangsa pasar, bank perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan aspek vital dalam menjaga keberlangsungan bisnis perbankan.

Membangun loyalitas nasabah jauh lebih sulit dibanding usaha memuaskan nasabah, untuk memuaskan nasabah perusahaan cukup memberikan *benefit fungsional* sesuai dengan *ekspektasi* dan sifatnya lebih teknis yang bisa ditentukan target waktu pencapaiannya. Sementara untuk mendapatkan loyalitas nasabah perusahaan harus mampu memberikan *benefit extra* yang bisa mendorong nasabah memiliki *emotional attachment* terhadap produk yang digunakan.

Pemahaman akan pentingnya faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah menjadi suatu keharusan. Salah satu faktor yang mungkin memiliki pengaruh signifikan adalah kualitas layanan *mobile banking*. Dalam era digital ini, layanan perbankan melalui perangkat *mobile* telah menjadi semakin dominan dalam preferensi nasabah. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana kualitas layanan *mobile banking* dapat mempengaruhi loyalitas nasabah menjadi semakin penting. Aspek-aspek seperti kecepatan transaksi, keamanan sistem, kemudahan penggunaan, dan responsivitas *customer service* merupakan elemen-elemen yang dapat menjadi penentu dalam pembentukan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *mobile banking*. Pemahaman akan dinamika hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah dapat memberikan wawasan yang berharga dalam mengoptimalkan strategi pelayanan dan mempertahankan kesetiaan nasabah.

Saat ini, Indonesia telah memasuki era masyarakat 5.0, di mana orang dapat menggunakan teknologi digital untuk melakukan banyak hal seperti belanja *online*, ojek *online*, dan bertransaksi secara *online*. Transformasi digital perbankan adalah tanggapan terhadap perkembangan *fintech* dan revolusi digital. Era layanan perbankan digital menawarkan kemudahan, kecepatan, dan pilihan layanan yang lebih beragam bagi pelanggan, sehingga bank dapat meningkatkan efisiensi dan menjangkau pelanggan baru. Persiapan yang matang dan kolaborasi semua pihak, perbankan Indonesia dapat memasuki era baru yang penuh dengan peluang dan tantangan. Kualitas layanan *mobile banking*, yang mencakup aspek-aspek seperti

kecepatan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan responsivitas, dapat menjadi pembeda yang kuat dalam persaingan antar bank.

Bank Negara Indonesia dalam mendukung digitalisasi perbankan yaitu dengan cara melakukan layanan *mobile banking*. Adanya layanan *mobile banking* ini mengharuskan pihak bank untuk mengetahui apakah nasabah nyaman untuk bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* karena loyalitas nasabah adalah keinginan setiap perusahaan. Membangun loyalitas nasabah dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, nasabah yang loyal cenderung menggunakan layanan bank secara konsisten dan tidak sering beralih antara bank lain.

Nasabah menginginkan layanan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Kualitas layanan mendorong nasabah menjalin ikatan dengan bank dan memungkinkan bank menjadi harapan atas kebutuhan nasabah dengan adanya keberadaan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap bagaimana kualitas pelayanan dari segala aktivitas transaksi perbankan yang dilakukan secara online, dan apakah nasabah loyal atau tidaknya dengan setiap transaksi ataupun aktivitas yang dilakukan secara online.

Pada dasarnya *mobile banking* ini merupakan suatu kontak transaksi nasabah dengan menggunakan internet. Transaksi yang dilakukan oleh nasabah bisa dilakukan kapanpun dan di mana saja. Layanan *mobile banking* memberikan *feature* yaitu pemeriksaan saldo rekening, transfer sejumlah dana, pembelian voucher pulsa sampai dengan pembayaran tagihan listrik, telepon dan juga air.

Dengan hadirnya *mobile banking*, dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan layanan yang cepat, aman, nyaman, dan tersedia kapan saja dan di mana saja. Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen yang mengeluh tentang kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking*, dan penyedia layanan harus mempertimbangkan keluhan tersebut dan memperbaiki aplikasi.

Berdasarkan observasi awal pada PT Bank BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi diperoleh informasi langsung bahwa beberapa masalah di antaranya: penurunan tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank BNI yang ditunjukkan dengan jumlah nasabah yang mengalami penurunan selama tiga tahun, Adapun data selama tiga tahun terakhir PT.Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ciawi dapat dilihat pada grafik berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data nasabah tahun 2021-2023**

No	Tahun	Data Nasabah
1	2021	2011
2	2022	2026
3	2023	2016

Berdasarkan tabel 1.1 menyatakan data nasabah pada tahun 2021 PT.Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor cabang pembantu ciawi tasikmalaya yaitu 2011 orang. Data nasabah pada tahun 2022 mencapai 2026 orang dan mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya, pada tahun 2023 mencapai 2016 orang.

selain itu beberapa nasabah mengalami ketidakpuasan dengan layanan *mobile banking* yang diberikan oleh Bank BNI di antaranya karena kecepatan transaksi yang lambat, sering mengalami gangguan, kerumitan dalam penggunaan aplikasi, masalah keamanan, atau fitur-fitur yang kurang memadai. Akibat dari penurunan loyalitas nasabah dan meningkatnya persaingan di pasar, Bank BNI dapat mengalami penurunan pangsa pasar dalam industri perbankan, terutama di wilayah yang dilayani oleh Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

Beberapa penelitian telah menemukan bahwa kualitas layanan *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan loyalitas nasabah suatu bank. Nawangsari & Widiastuti, (2018) meneliti tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI di kota Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank DKI di kota Depok. Sedangkan menurut Markonah, (2017) meneliti tentang analisis pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Mandiri. Sedangkan layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH**

## **PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU CIAWI”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari pembahasan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah:

1. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;
2. Bagaimana loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Kualitas layanan *mobile banking* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;
2. Loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;
3. Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap Loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil dari penelitian untuk tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran bank khususnya dalam materi atau pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang industri perbankan dan juga dapat mengembangkan keterampilan penelitian dan pemecahan masalah yang merupakan keterampilan penting dalam dunia akademis dan untuk salah satu syarat mencapai gelar ahli madya d-3 Perbankan dan Keuangan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

- b. Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan untuk seluruh mahasiswa/i Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan atau perbaikan bagi perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi mengenai loyalitas nasabah dalam Penggunaan *mobile banking*.

d. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan referensi dan informasi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

## **1.5 Lokasi dan tempat penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk tepatnya di Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ciawi yang berlokasi di Jalan Pakemitan No. 46156, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalya, Jawa Barat.

### 1.5.2 Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai Februari 2024 – Juni 2024. Berikut adalah jadwal penelitiannya:

**Tabel 1.1 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2024																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing			■																	
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana Kegiatan			■	■																
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal									■	■										
4	Seminar Proposal Tugas Akhir											■	■								
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan Revisi											■	■								
6	Pengumpulan dan pengolahan data											■	■	■							
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir												■	■	■	■					
8	Ujian Tugas Akhir, dan Pengesahan Tugas Akhir														■						

Sumber : diolah penulis, 2024