

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi semakin canggih dan semakin banyak diminati oleh masyarakat luas, teknologi yang menggunakan media prangkat seluler serta internet yang semakin canggih, fitur-fiturnyapun sangat beragam. Pemanfaatan teknologi informasi ini menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor pendidikan, perbankan. Pemanfaatan teknologi secara tepat juga harus diperhatikan, untuk meminimalkan risiko yang akan terjadi.

Indonesia saat ini telah memasuki era industri 4.0. Mayoritas penduduk Indonesia menggunakan teknologi digital dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia.¹

Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, di antaranya *mobile phone* (96%), *smartphone* (94%), *non-smartphone mobile phone* (21%), laptop atau komputer desktop (66%), table (23%), konsol game (16%),

¹ Agus Tri Haryanto, Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia, diakses melalui situs <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>, 10 oktober 2020.

hingga *virtual reality device* (5,1%). Perlu diketahui juga pengguna *smartphone* diindonesia sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial (medsos). Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun 2020 We Are Social menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial.²

Berdasarkan catatan OJK, jumlah pengguna *e-Banking* (sms banking, *Mobile Banking*, dan internet banking) meningkat sebesar 270% daari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking*, meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi di 2016.³ Dengan data tersebut, maka setiap perbankan memerlukan sebuah inovasi berbasis digital yang melayani transaksi dengan hanya menggunakan *smartphone* .

Perkembangan *mobile banking* di Indonesia begitu cepat tak lain hanya karena layanan *mobile banking* mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era moderen seperti sekarang. Saat ini masyarakat sangat dimudahkan dan dimanjakan dengan adanya teknologi, termasuk dengan transaksi yang hanya dengan menggunakan *smartphone*. Apalagi dalam situasi seperti masa pandemi ini, pemerintah mengharuskan kegiatan yang berada di luar rumah harus di lakukan di dalam rumah. Perbankan juga berlomba-lomba memberikan kemudahan transaksi yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, nasabah bisa melakukan transaksi mulai dari pengiriman uang, sedekah,

²*Ibid.*, hlm. 3

³Sikapi Uangmu OJK.go.id, *OJK Terbitkan Panduan Digital Banking*, di Akses dari <https://sikapiuangmu.OJK.go.id/ForntEnd/CMS/Article/348> pada tanggal 20 februari 2021

bayar zakat, berbelanja online, hingga pembuatan rekening tanpa harus ke kantor cabang. Dari kemudahan dalam bertransaksi kapan dan dimana pun bisa melakukan transaksi hanya melalui *smartphone* bahkan membuka rekening pun bisa secara online, kemudahan tersebut bisa di dapatkan dari layanan *mobile banking*.

Di Indonesia *mobile banking* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu perbankan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan diantara berupa layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi atau bisnis serta mempertahankan nasabah agar terus menggunakan layanan atau jasa yang diberikan pihak bank. Selain itu penggunaan *mobile banking* dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah, semua transaksi menjadi lebih praktis efektif dan efisien.⁴

David Dow dan Uttal mengatakan bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pihak bank memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah, sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadikan rekan bisnis bank dengan baik. Pelayanan prima adalah segala upaya terbaik dan sempurna dari seseorang

⁴ Samsul Hadi dan Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi Pembangunan 5.1 (2015)

yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas.⁵

Berdasarkan penelitian Sri Nawangsari Retno Widiastuti (2018) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (studi kasus pada PT Bank DKI Depok). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan dapat dikatakan bahwa apabila kualitas layanan baik maka nasabah akan puas, senang dan akhirnya loyal terhadap bank DKI.⁶

Berdasarkan hasil penelitian Yeni Anda Dwinurpitasari (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo”, menyatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Virgiani Pramesti (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking (*Reliability, Assurance, Responsiveness, Efficiency, Empathy, Tangible*) berpengaruh terhadap

⁵ Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan LSPP, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (Jakarta Barat: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 75-76

⁶ Sri Nawangsari Retno Widiastuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (studi kasus pada PT Bank DKI Depok)*, Sebatik, (2018) 22.2

⁷ Yeni Anda Dwinurpitasari, Skripsi: “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*”, (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019)

Kepuasan Nasabah 10,877. Karena (10,877 3,44). Sedangkan pengujian parsial diketahui bahwa *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam Pengujian substruktur I dan II diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung, bahwa variabel *Empathy* berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah. Dan variabel (*Reliability, Assurance, Responsivennes, Efficiency, Tangible*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti, didapat bahwa 47 mahasiswa memiliki rekening bank syariah dari 100 responden mahasiswa unsil. Selebihnya dari 47 pemilik rekening bank syariah, 40 diantaranya menggunakan *mobile banking* dalam penggunaan rekeningnya. Dari banyaknya rasio pengguna layanan *mobile banking* bank syariah, peneliti ingin mengetahui apakah layanan *mobile banking* bank syariah berpengaruh pada kepuasan mahasiswa unsil yang merupakan nasabah bank syariah.⁸

Faktor kualitas layanan karena dalam kenyataannya kualitas layanan selalu berdampingan dengan kepuasan, dimana kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam kenyataan di lapangan ternyata masih ada nasabah yang merasa kurang akan kualitas layanan yang diberikan *mobile banking* ini, nasabah ada yang merasa kesulitan pada saat awal instal aplikasi di play store/appsore karena sistem operasional yang tidak

⁸ Hasil Observasi dengan mahasiswa Universitas Siliwangi pengguna *mobile banking* bank syariah, *Melalui Kusioner Online*, pada tanggal 20 Februari 2021

support sehingga nasabah harus mendownload lewat link khusus yang disediakan bank, jelas ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Selain penelitian pendahuluan berupa kuisioner penggunaan *mobile banking*. Penulis melakukan wawancara dengan beberapa nasabah Bank Syariah Mandiri yang menggunakan *mobile banking*, didapat informasi bahwa dalam pelayanannya cukup baik, kemudian untuk fitur dan fasilitas yang ada di *mobile banking* cukup memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi seperti penarikan atau pembelian pulsa top up *e-commerce* hingga bayar zakat dan lain-lain. Sedangkan untuk kendala yang dialami oleh pengguna adalah respon server yang sibuk karena jaringan yang digunakan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* harus stabil.⁹

Bagi bank, sangat penting sekali untuk mengetahui sejauhmana pandangan nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara online, tanpa harus mengunjungi bank tempat mereka menjadi nasabah.

Dalam hal ini penggunaan yang mudah dan sangat memberikan manfaat belum tentu menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Nasabah masih mempertimbangkan resiko dan faktor keamanan yang harus lebih diperhatikan. Selain itu kurangnya pengetahuan tentang fasilitas

⁹ Hasil wawancara dengan beberapa nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri via WA, pada tanggal 21 Desember 2020.

atau fitur-fitur yang ada di dalam *mobile banking* yang kadang sulit dipahami oleh nasabah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Siliwangi)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, didapat rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah (studi kasus mahasiswa Universitas Siliwangi) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah (studi kasus mahasiswa Universitas Siliwangi)

D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perbankan syariah khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* agar nasabah menjadi merasa puas sehingga perbankan syariah

sendiri menjadi lebih berkembang dengan adanya layanan *mobile banking* yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, memberikan gambaran terhadap para pembaca tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan berguna bagi :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan bagi penulis mengenai bagaimana efektifitas *mobile banking* dalam kualitas pelayanan *mobile banking*.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi kepada pihak lembaga perbankan dan lembaga lainnya tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

c. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan masyarakat dan pembaca untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan bank syariah khususnya di mahasiswa Universitas Siliwangi.