

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini Indonesia telah memasuki era masyarakat 5.0, dimana teknologi digital memungkinkan individu untuk melakukan berbagai aktivitas seperti berbelanja online, menggunakan layanan transportasi daring dan bertransaksi secara digital. Transformasi digital dalam sektor perbankan merupakan respons terhadap pertumbuhan *fintech* dan revolusi digital. Era layanan perbankan digital memberikan kenyamanan, kecepatan, serta variasi layanan yang lebih luas bagi nasabah, sehingga bank dapat meningkatkan efisiensi sekaligus menjangkau lebih banyak nasabah. Dengan persiapan yang matang dan kerja sama dari berbagai pihak, perbankan Indonesia dapat menghadapi era baru yang penuh peluang dan tantangan. Kualitas layanan *mobile banking*, yang mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, keamanan dan kemudahan penggunaan dan responsivitas dapat menjadi pembeda yang kuat dalam persaingan antar bank.

Persaingan antar bank juga 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. Faktor-faktor seperti kecepatan transaksi,

keamanan sistem, kemudahan penggunaan, dan responsivitas layanan pelanggan berperan dalam membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Memahami hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah dapat memberikan perspektif berharga dalam meningkatkan strategi pelayanan serta mempertahankan kepercayaan nasabah.

Membangun loyalitas nasabah lebih sulit dibandingkan usaha memuaskan nasabah, agar memuaskan nasabah perusahaan cukup memberikan *functional benefit* sesuai dengan ekspektasi nasabah. *Functional benefit* dapat terlihat melalui kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau pembelian pulsa yang bisa dilakukan kapan saja melalui layanan digital seperti *mobile banking*. Sementara untuk mendapatkan loyalitas nasabah perusahaan harus mampu memberikan *extra benefit* yang bisa mendorong nasabah memiliki ikatan emosional terhadap produk yang digunakan. Tujuan dari *extra benefit* adalah untuk memberikan nilai tambah yang melebihi *functional benefit*, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. *Extra benefit* menciptakan pengalaman yang lebih personal dan menyenangkan, seperti promo eksklusif, diskon mitra atau fasilitas premium bagi nasabah prioritas. Dengan hadirnya *mobile banking* dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan layanan yang cepat, aman, nyaman dan tersedia kapan saja dan dimana saja.

Berikut merupakan tabel pertumbuhan YoY pengguna mobile banking pada tahun 2024:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan YoY Pengguna Mobile Banking 2024

Bank	Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	Jumlah Pengguna	Pertumbuhan YoY
BRI	BRImo	38,61 juta	22,12%
BCA	BCA <i>Mobile</i> & myBCA	31,1 juta	~1%
Mandiri	Livin' by Mandiri	27,6 juta	32%
BNI	BNI <i>Mobile Banking</i>	17,9 juta	14,8%

Sumber Data: Pertumbuhan YoY Pengguna *Mobile Banking* 2024

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk telah mencatat lonjakan signifikan dalam penggunaan aplikasi digital BRImo yang kini telah digunakan oleh 38,61 juta pengguna. Pencapaian ini mencerminkan keberhasilan transformasi digital yang dijalankan BRI. Komitmen BRI terhadap inovasi teknologi terus diwujudkan melalui pengembangan superapps BRImo, yang kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan layanan keuangan sehari-hari berkat kemudahan akses, efisiensi, dan keamanan yang ditawarkan. Dengan berbagai fitur unggulan mulai dari transaksi pembayaran hingga layanan investasi, BRImo hadir sebagai solusi perbankan digital yang menyeluruh dan terintegrasi.

Per akhir Desember 2024, jumlah pengguna BRImo naik sebesar 22,12% dibanding tahun sebelumnya. Sepanjang tahun, aplikasi BRImo memproses 4,34

miliar transaksi, tumbuh 40,54% secara tahunan (*year-on-year/YoY*). Sementara dari sisi nilai total transaksi mencapai Rp5.596 triliun, atau meningkat 34,57% YoY. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan BRI dalam mengembangkan ekosistem digital untuk memperluas sumber pendapatan berbasis layanan.

Namun, fenomena di mana pertumbuhan pengguna BRI Mo yaitu 22,12% lebih rendah dibandingkan Livin' by Mandiri yaitu 32%, meski pun jumlah pengguna BRI Mo yaitu 38,61 juta lebih tinggi dari Livin' by Mandiri yaitu 27,6 juta. Dapat dijelaskan oleh perbedaan fase pertumbuhan dan strategi yang dijalankan oleh masing-masing bank, BRI Mo dengan basis pengguna yang sudah sangat besar cenderung mengalami perlambatan pertumbuhan. Sebaliknya, Livin' by Mandiri kemungkinan memulai dari basis pengguna yang lebih kecil pada tahun sebelumnya sehingga penambahan jumlah pengguna baru memberikan dampak presentasi yang lebih besar.

Dilansir dari *bisnis.com* menurut Andrijanto, Direktur *Retail Funding & Distribution* BRI, BRI Mo merupakan bagian penting dari proses digitalisasi BRI yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern. Transformasi digital BRI tak hanya mengadopsi teknologi baru, tetapi juga memastikan layanan yang lebih relevan, mudah diakses, dan inovatif. BRI Mo menjadi simbol komitmen BRI dalam memperkuat layanan perbankan ritel secara inklusif dan efisien. BRI Mo tidak hanya mendukung transaksi finansial, tetapi juga dilengkapi dengan fitur-fitur unik yang tidak tersedia di aplikasi sejenis.

Popularitas BRIimo sebagai aplikasi *mobile banking* unggulan di Indonesia juga terlihat dari peringkat tinggi yang diraihinya di platform digital, dengan skor 4,7 di *Google Play Store* dan *App Store*. Hal ini menegaskan posisi BRIimo sebagai aplikasi yang andal, inovatif dan memberikan pengalaman pengguna terbaik.

Namun, dalam praktiknya banyak nasabah yang mengeluh tentang kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* BRIimo seperti terjadi di beberapa sistem dari aplikasi BRIimo, hal ini menjadi keluhan nasabah pengguna *mobile banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya, ditemukan sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan kualitas layanan *mobile banking* BRIimo yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Permasalahan tersebut meliputi ketidakstabilan sistem aplikasi yang sering mengalami gangguan seperti gagal login, error saat transaksi, serta aplikasi yang tiba-tiba tertutup (*force close*), terutama pada jenis perangkat tertentu. Selain itu, keterbatasan informasi mengenai cara penanganan error dan prosedur penggunaan fitur *mobile banking* juga menjadi kendala yang dirasakan oleh nasabah, khususnya kelompok usia lanjut dan pengguna yang belum terbiasa dengan layanan digital. Beberapa nasabah juga mengeluhkan proses reset akun atau penggantian nomor ponsel yang masih harus dilakukan secara langsung di kantor unit, sehingga menyebabkan antrean panjang dan meningkatkan beban layanan. Gangguan jaringan internet di wilayah sekitar Cikurubuk turut memperparah

permasalahan, karena berdampak pada kelancaran akses aplikasi. Penulis memandang jika nasabah terus mengeluh atas kendala yang terjadi pada aplikasi *mobile banking* maka nasabah tidak akan merasa puas atas layanan *mobile banking* yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sarimuda (2022) pada pengguna *mobile banking* BCA serta Akob & Sukarno (2022), pada pengguna *mobile banking* Bank BUMN menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah.

Dalam beberapa kasus penelitian yang dilakukan para peneliti beberapa hasil penelitian pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah diperoleh hasil tidak berpengaruh. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafli (2024) pada pengguna *mobile banking* Livin' by Mandiri dan Afwan, Tri & Nurul (2023) pada pengguna *mobile banking* BSI menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah.

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 RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK UNIT CIKURUBUK TASIKMALAYA”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya;
2. Bagaimana loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya;
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya;
2. Bagaimana loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya;
3. Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya

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 Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya.

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 Rakyat Indoonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya mengenai loyalitas nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

d. Bagi Pihak Lain

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

[illegible]