

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam pembangunan suatu negara. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, sistem perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional yang beroperasi berdasarkan sistem bunga dan bank syariah yang menggunakan prinsip syariah. Sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan lainnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kondisi perekonomian Indonesia yang relatif stabil namun tetap menghadapi ketidakpastian global, persaingan di dunia usaha, termasuk sektor perbankan, menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi menjadi strategi penting agar bank mampu bertahan dan bersaing.

Transformasi dari sistem perbankan tradisional menuju perbankan elektronik merupakan salah satu bentuk keberhasilan pemanfaatan teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Hal ini juga didukung oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial. Perkembangan tersebut mendorong lahirnya konsep digital banking, yaitu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas keuangan melalui smartphone, mulai dari pembukaan rekening hingga transaksi elektronik. Layanan elektronik banking atau e-banking memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana antar rekening dan antar bank, pembelian pulsa,

pembayaran tagihan, serta pengecekan saldo, tanpa harus datang ke ATM atau kantor cabang. Tujuan utama pengembangan teknologi perbankan ini adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas. Peningkatan kuantitas ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah pengguna layanan dari waktu ke waktu, sedangkan peningkatan kualitas tercermin dari nasabah yang aktif dan produktif sehingga mampu memberikan kontribusi keuntungan bagi bank. Dengan demikian, digitalisasi perbankan tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja perbankan.

Seiring dengan perkembangan yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, berbagai inovasi layanan digital terus dikembangkan, salah satunya melalui layanan mobile banking. BRI Mobile yang diluncurkan pada tahun 2012 kemudian disempurnakan dengan menghadirkan aplikasi BRImo pada tahun 2019 sebagai versi terbaru. BRImo merupakan pengembangan dari BRI Mobile dengan peningkatan pada aspek keamanan maupun kelengkapan fitur. Dari sisi keamanan, BRImo dinilai lebih unggul karena telah dilengkapi dengan sistem login *fingerprint* dan *face recognition*. Selain itu, aplikasi ini menggunakan teknologi *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) yang lebih modern sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Fitur-fitur yang tersedia pun semakin beragam, seperti pembayaran QR, top up GoPay, transfer antarbank, hingga pilihan sumber dana dari tabungan maupun giro dalam setiap transaksi. Kehadiran BRImo menjadi bentuk inovasi BRI untuk mempermudah aktivitas perbankan nasabah yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui smartphone, sehingga memberikan pengalaman transaksi yang lebih efektif dan efisien.

Kepuasan nasabah pada dasarnya merupakan tujuan utama perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk atau layanan cenderung akan terus menggunakannya serta merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh sebab itu, BRImo perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan nasabah agar kualitas aplikasi terus bertumbuh dan posisinya dalam industri perbankan digital di Indonesia tetap terjaga. Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki nilai bagi pasar sasaran dan mampu memberikan manfaat serta kepuasan, baik berupa barang maupun jasa. Perusahaan yang mampu menghadirkan pelayanan berkualitas tinggi akan memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Selain itu, kepuasan menurut (Kotler & Keller, 2019) merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Husein Umar (2019:50) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diperoleh dan apa yang diharapkan. Dengan memberikan nilai produk dan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berpotensi menciptakan loyalitas jangka panjang.

Meskipun BRImo menawarkan berbagai kemudahan transaksi digital, pada kenyataannya masih terdapat sejumlah keluhan dari pengguna terkait kinerja dan fitur layanan tersebut. Berdasarkan ulasan pengguna di Google Playstore, aplikasi BRImo memperoleh rating 4,7 dari 5 bintang, yang menunjukkan penilaian cukup baik secara umum. Namun demikian, di balik rating tersebut masih ditemukan berbagai tanggapan negatif. Beberapa pengguna mengeluhkan fitur yang belum berjalan optimal, seperti riwayat transaksi yang tidak dapat ditampilkan, kegagalan transaksi tetapi saldo tetap

terdebet, proses login yang terkadang bermasalah, hingga aplikasi yang sering mengalami error atau maintenance tanpa pemberitahuan yang jelas. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran dan rasa tidak aman bagi nasabah, terutama ketika transaksi yang dilakukan berkaitan dengan nominal dana yang cukup besar. Selain itu, perbedaan respons antar pengguna menunjukkan bahwa setiap individu memiliki tingkat kesiapan dan pemahaman teknologi yang berbeda. Bagi sebagian nasabah yang sudah terbiasa dengan layanan digital, kendala teknis mungkin dapat dimaklumi. Namun bagi nasabah yang masih awam terhadap teknologi, gangguan sistem dapat menurunkan tingkat kepercayaan terhadap layanan perbankan digital. Ketidaksesuaian antara harapan nasabah terhadap layanan yang cepat, aman, dan stabil dengan realitas di lapangan dapat menimbulkan kekecewaan. Apabila hal ini terjadi secara berulang, maka berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan bahkan loyalitas nasabah terhadap layanan digital BRI.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil terkait tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* BRI^{Mo}. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah terhadap layanan digital perbankan masih menjadi isu yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak selalu konsisten pada setiap penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh (Wijatmoko et al., 2025) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, serta kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRI^{Mo}. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan oleh nasabah, serta didukung oleh kualitas layanan yang baik, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah terhadap aplikasi tersebut.

Namun demikian, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Kurniawan et al., 2024) yang mengungkapkan bahwa tidak semua variabel dalam model penelitian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terhadap aplikasi BRI_{Mo}. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa hanya beberapa faktor tertentu, seperti ekspektasi kinerja dan kebiasaan penggunaan, yang berpengaruh terhadap kepuasan, sedangkan variabel lainnya seperti ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh aspek kegunaan dan kemudahan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih spesifik sesuai dengan perilaku dan pengalaman pengguna.

Perbedaan hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang penting untuk dikaji lebih lanjut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah terhadap aplikasi BRI_{Mo} merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Selain itu, perbedaan hasil penelitian juga dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, lokasi penelitian, serta metode analisis yang digunakan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik dan kontekstual untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas aplikasi BRI_{Mo}.

Permasalahan tersebut juga diperkuat oleh pengalaman penulis selama melaksanakan kegiatan magang di Unit Cisayong, Bank Rakyat Indonesia. Dalam praktiknya, masih ditemukan kendala ketika nasabah ingin membuka rekening secara online melalui BRI_{Mo} (*fitur digital saving*). Beberapa nasabah mengeluhkan proses verifikasi yang sering mengalami gangguan, aplikasi yang tiba-tiba keluar sendiri,

hingga notifikasi error pada tahap pengunggahan dokumen atau swafoto (*selfie*) untuk verifikasi wajah. Berdasarkan hasil wawancara dengan SPV BRI Unit Cisayong (2026), disampaikan bahwa “Masih terdapat kendala di mana nasabah harus mengulang proses pendaftaran dari awal karena sistem tidak berhasil memproses data secara sempurna”. Kondisi ini tidak hanya menghambat efisiensi layanan digital, tetapi juga menyebabkan sebagian nasabah akhirnya memilih untuk membuka rekening secara manual di kantor unit karena merasa proses digital kurang lancar.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memilih judul “Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* BRImo terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Cisayong” karena adanya fenomena bahwa kualitas aplikasi BRImo masih belum sepenuhnya optimal dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah, ditambah adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya kesenjangan (*research gap*). Selain itu, judul ini relevan dengan perkembangan digitalisasi perbankan saat ini, di mana kualitas aplikasi menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan nasabah, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui secara jelas pengaruh kualitas aplikasi terhadap kepuasan nasabah serta sebagai bahan evaluasi bagi pihak bank dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian di atas, maka dapat ditarik identifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Layanan Aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.
2. Bagaimana Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi BRImo terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapatkan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Kualitas Layanan Aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.
2. Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi BRImo terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Unit Cisayong.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen perbankan dan pemasaran jasa, terutama yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dan layanan *mobile banking*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang perilaku nasabah, kualitas layanan digital, serta tingkat kepuasan dalam kualitas aplikasi perbankan seperti BRI_{mo}. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai transformasi digital di sektor perbankan, khususnya pada Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank yang активно mengembangkan layanan digitalnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai pengaruh kepuasan nasabah terhadap kualitas aplikasi *mobile banking*, serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia perbankan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pihak Bank Rakyat Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan dan fitur pada aplikasi BRI_{mo}. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, perusahaan dapat menyusun strategi yang

tepat untuk meningkatkan kualitas aplikasi serta mempertahankan loyalitas nasabah.

3) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian serupa di bidang perbankan digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat mengenai pentingnya kepuasan dalam kualitas layanan perbankan berbasis digital.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Cisayong dan penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif pengguna aplikasi Brimo.

