

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih mendorong *transformasi digital* menjadi fondasi utama bagi perbankan dalam membangun citra perusahaan. Oleh karena itu, perbankan terus berinovasi melalui platform *digital banking*, dimana salah satu inovasi utamanya adalah layanan *mobile banking*. Layanan tersebut berbentuk aplikasi yang bermanfaat bagi masyarakat untuk mengelola keuangan bahkan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi finansial maupun non-finansial secara praktis dan efisien. Aplikasi ini dilengkapi dengan berbagai fitur lengkap untuk dapat mendukung kebutuhan masyarakat, seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, cek saldo, hingga manajemen aset secara *real-time*.

Dalam mendukung inovasi di dunia perbankan, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu bank milik negara terbesar di Indonesia menghadirkan aplikasi *mobile banking* yaitu wondr by BNI. Aplikasi tersebut merupakan bentuk *transformasi digital* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi atau aktivitas finansial lainnya. Aplikasi wondr by BNI memiliki tiga fitur utama, yaitu transaksi, fitur *insight*, dan fitur *growth*. Fitur yang disediakan, diharapkan mampu menjadi solusi bagi masyarakat dalam mengelola keuangan.

Hadirnya *wondr by BNI* ini, dapat memperkuat *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebagai bank yang inovatif dalam memenuhi kebutuhan digital nasabah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan reputasi positif, meningkatkan kepercayaan nasabah, menjaga loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lain, menjadi instrumen pemasaran untuk menarik nasabah baru sekaligus meningkatkan nilai bank.

Namun, dalam pelaksanaannya di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna, kinerja aplikasi tersebut belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Berdasarkan hasil observasi, terdapat fenomena masalah berupa durasi *loading* yang lama yang disebabkan oleh *time to interactive* atau kecepatan respon yang buruk karena sistem yang tidak cepat merespon sehingga membutuhkan waktu untuk aplikasi tersebut benar-benar stabil kembali, hal ini sangat berdampak buruk karena menurunkan performa aplikasi tersebut sehingga nasabah tidak merasa nyaman dan berpotensi mencari layanan digital bank lain. Kemudian fenomena masalah kegagalan akses dan transaksi yang disebabkan oleh *session management issues* atau ketidakstabilan pengelolaan sesi yang dimana masa akses yang telah habis atau terbatas dan koneksi internet yang buruk, sehingga akan memaksa nasabah mengulang lagi prosesnya dari awal (Sumber: hasil observasi di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Singaparna pada tanggal 20 Februari 2026). Hambatan ini menjadi krusial karena mengingat nasabah wiraswasta membutuhkan stabilitas aplikasi untuk mendukung kelancaran transaksi, sehingga fenomena yang terjadi ini dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah merupakan kunci utama keberhasilan transformasi digital karena menjadi tolok ukur untuk menilai pengalaman nasabah dalam penggunaan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, adanya kepuasan dari pengalaman yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan layanan digital diduga mampu meningkatkan *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sehingga kedua variabel tersebut ingin dibuktikan dalam penelitian ini, untuk melihat seberapa jauh kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital dapat mempengaruhi *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Hubungan yang kuat antara kepuasan nasabah dan *company image* telah banyak dibuktikan oleh peneliti sebelumnya, merujuk pada penelitian (Anna Rahmadia & Afriyeni, 2023) yang membahas mengenai pengaruh citra perusahaan dan loyalitas nasabah terhadap kepuasan nasabah yang lebih berfokus pada layanan perbankan secara menyeluruh, serta penempatan citra perusahaan dan loyalitas nasabah sebagai variabel independen (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y), hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kemudian merujuk pada penelitian (Nurrohman et al., 2023) dimana *E-Service quality* terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan yang berfokus pada dampaknya terhadap loyalitas, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *e-CRM* tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan variabel citra perusahaan tidak memediasi variabel kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti kualitas layanan digital tidak selalu

memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, memunculkan celah atau *research gap* pada penelitian tersebut, sehingga pada penelitian ini bertujuan untuk menguji kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital yaitu aplikasi wondr by BNI dapat secara langsung meningkatkan *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura mengingat adanya kendala durasi *loading* yang lama dan kegagalan akses dan transaksi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan tersebut, penulis tertarik untuk membahas seberapa besar pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi wondr by BNI terhadap *company image* Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Mengingat wondr by BNI ini merupakan inovasi *transformasi digital* utama PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Pengalaman kegiatan magang penulis di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura, ingin meneliti terkait layanan aplikasi wondr by BNI dimana durasi *loading* yang lama dan kegagalan akses dan transaksi. Penelitian ini berfokus pada nasabah wiraswasta yang memerlukan kelancaran layanan aplikasi wondr by BNI karena mengingat nasabah wiraswasta yang melakukan transaksi secara *real-time* sehingga membutuhkan efisiensi dalam penggunaan layanan digital mengingat teknologi yang semakin modern. Salah satu fenomena yang terjadi mengenai gangguan layanan pada aplikasi wondr by BNI yang mengakibatkan hambatan transaksi secara massal (CNBC Indonesia, November 2024) hal ini bagi nasabah wiraswasta dapat menimbulkan hambatan aktivitas bisnisnya dan akan berisiko

penurunan kepercayaan terhadap bank sebagai mitra bisnisnya. Sehingga dikhawatirkan kegagalan dalam memberikan kepuasan nasabah melalui layanan aplikasi wondr by BNI tersebut akan berdampak pada *company image* bank tersebut. Oleh karena itu, kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap *company image* karena mampu mencerminkan keberhasilan citra PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Maka penulis akan mencakup keseluruhannya dalam judul **“PENGARUH KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN WONDR BY BNI TERHADAP *COMPANY IMAGE* (STUDI PADA NASABAH WIRASWASTA DI PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis identifikasi masalahnya adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan wondr by BNI pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.
2. Bagaimana *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna terbentuk melalui kepuasan nasabah wiraswasta dalam menggunakan wondr by BNI.
3. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan wondr by BNI terhadap *company image* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari adanya rumusan masalah yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu untuk mengetahui:

1. Tingkatan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan wondr by BNI di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.
2. *Company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna di mata nasabah wiraswasta.
3. Pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan wondr by BNI terhadap *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Adapun kegunaan pengembangan ilmu dari penelitian ini, yaitu:

1. Mampu menyatukan pemahaman teori-teori mengenai kepuasan nasabah yang dipelajari selama masa perkuliahan dengan praktik nyata di lapangan.
2. Mampu memberikan ide dalam pengembangan pemasaran perbankan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI dan pembentukan *company image* bank tersebut.
3. Menambah *perspective* baru mengenai kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* atau wondr by BNI.

4. Mampu mengukur seberapa jauh kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* atau wondr by BNI dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kredibilitas suatu bank untuk meningkatkan *company image*.
5. Menjadikan penelitian ini sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami mengenai penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Penulis

1. Sebagai pengembangan ilmu yang dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam kerja nyata di dunia perbankan.
2. Sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan di Universitas Siliwangi.
3. Memberikan pemahaman mengenai operasional bank baik itu *mobile banking* atau manajemen *brand* yang berguna untuk masa depan dalam memasuki dunia kerja di dunia perbankan.

b. Bagi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna

1. Memberikan masukan mengenai sejauh mana aplikasi wondr by BNI ini memenuhi ekspektasi nasabah untuk memberikan kepuasan sehingga bank mampu memperbaiki fitur dan layanan yang dirasa cukup kurang.
2. Membantu pihak bank dalam menciptakan kepuasan nasabah yang menggunakan wondr by BNI ini mampu meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat.

3. Menjadi salah satu pengembangan inovasi teknologi perbankan untuk selanjutnya.

c. Bagi Program Studi

1. Membangun peluang kerja sama untuk kolaborasi yang lebih luas di masa yang akan datang antara Universitas Siliwangi dengan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna berupa penelitian bersama dan beasiswa bagi mahasiswa untuk memberikan kontribusi sosial bagi kampus.
2. Mampu menyesuaikan standar kurikulum yang relevan dengan mata kuliah yang benar-benar dibutuhkan untuk mampu beradaptasi dengan mudah ke dunia kerja yang sesungguhnya.
3. Mampu menjadi referensi riset dan pengembangan ilmu untuk mahasiswa angkatan berikutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna yang beralamat di Jalan Raya Timur No. 52, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat dengan nomor telepon (0265) 453977.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2026																		
		Februari				Maret				April				Mei				Juni		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1.	Pengajuan Judul dan Acc Judul																			
2.	Konsultasi untuk penyusunan																			
3.	Penyusunan dan Bimbingan Proposal Tugas Akhir																			
4.	Seminar Tugas Akhir																			
5.	Revisi Tugas Akhir dan Persetujuan Revisi																			
6.	Pengumpulan dan Pengolahan Data																			
7.	Proses Bimbingan untuk Menyelesaikan Tugas Akhir																			
8.	Ujian Tugas Akhir, Revisi Tugas Akhir, dan Pengesahan Tugas Akhir																			

Sumber: Diolah penulis, 2026