

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser secara fundamental cara nasabah berinteraksi dengan lembaga keuangan, dari layanan tatap muka di kantor cabang menuju platform digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Pergeseran ini mendorong setiap bank untuk menghadirkan aplikasi *mobile banking* yang kaya fitur sebagai ujung tombak kompetisi di era digital. Fitur produk dalam konteks *mobile banking* menjadi elemen kritis yang menentukan nilai dan daya saing suatu bank di mata nasabah (Kotler & Armstrong, 2018). Menurut Kotler & Keller (2016: 348), fitur adalah alat kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari pesaing, di mana setiap tambahan fitur yang relevan dan berkualitas akan meningkatkan nilai yang dirasakan pengguna dan berdampak langsung pada tingkat kepuasan nasabah.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk telah meluncurkan aplikasi *Livin' by Mandiri* pada Oktober 2021 sebagai platform *super app* keuangan yang mengintegrasikan layanan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, investasi, hingga pembukaan rekening dalam satu ekosistem digital. Meskipun mencatat pertumbuhan pengguna yang signifikan secara nasional (Wijaya & Kusuma, 2024), terdapat kesenjangan antara harapan nasabah (*das sollen*) dengan kenyataan yang dirasakan (*das sein*) yang terdokumentasi melalui berbagai keluhan konkret di media konsumen.

Fenomena pertama yang teridentifikasi adalah permasalahan pada fitur transfer dana. Pada Maret 2025, seorang nasabah berinisial B dari Kota Bekasi melaporkan kepada Media Konsumen bahwa setelah melakukan transfer melalui aplikasi *Livin' by Mandiri*, status transaksi di aplikasi menunjukkan berhasil, namun dana tidak kunjung masuk ke rekening penerima hingga keesokan harinya. Nasabah tersebut menyatakan bahwa dana yang ditransfer bersifat sangat mendesak (*urgent*), namun pihak Bank Mandiri memberikan estimasi penyelesaian hingga 5 hari kerja. Kasus ini mengindikasikan adanya masalah pada keandalan fitur transfer dan kecepatan penyelesaian masalah yang berpotensi menurunkan kepuasan nasabah (Media Konsumen, 19 Maret 2025).

Fenomena kedua berkaitan dengan dimensi keamanan fitur. Pada tanggal 29 Maret 2025, seorang nasabah berinisial IN melaporkan keluhan serius mengenai masalah keamanan aplikasi *Livin' by Mandiri* terkait serangkaian transaksi ilegal yang merugikan secara finansial. Laporan tersebut mendapat perhatian besar dari publik dengan lebih dari 51 komentar, mengindikasikan bahwa masalah keamanan ini dirasakan oleh banyak nasabah lain. Kasus ini menyoroti kelemahan pada sistem keamanan aplikasi yang dapat menyebabkan nasabah kehilangan kepercayaan dan merasa tidak puas terhadap fitur keamanan layanan digital perbankan (Media Konsumen, 29 Maret 2025).

Fenomena ketiga terkait dengan fitur QRIS yang merupakan salah satu fitur unggulan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Pada tanggal 28 September 2025, seorang nasabah berinisial MY melaporkan bahwa transaksi QRIS melalui aplikasi *Livin' by Mandiri* gagal, namun dana sebesar Rp4.600.000 telah terpotong dari

rekeningnya tanpa kejelasan pengembalian. Berbagai nasabah lain dalam kolom komentar menyatakan mengalami permasalahan serupa dan menyebut kendala pada fitur QRIS ini sebagai permasalahan yang berulang kali terjadi. Bank Mandiri meminta tambahan waktu penyelesaian tanpa memberikan kepastian yang memuaskan bagi nasabah (Media Konsumen, 28 September 2025).

Ketiga fenomena tersebut secara kolektif menggambarkan adanya permasalahan nyata pada beberapa dimensi fitur produk aplikasi *Livin' by Mandiri*, khususnya pada dimensi keandalan sistem, keamanan transaksi, dan kecepatan penyelesaian masalah. Permasalahan-permasalahan ini secara langsung berkaitan dengan kepuasan nasabah, karena kepuasan terbentuk dari selisih antara kinerja yang dirasakan dengan ekspektasi yang dimiliki (Oliver, 1997 dalam Tjiptono, 2019). Ketika fitur yang diharapkan berfungsi optimal justru mengalami kegagalan, kepuasan nasabah akan menurun signifikan.

Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh fitur produk *Livin' by Mandiri* terhadap kepuasan nasabah pada tingkat KCP di wilayah semi-urban seperti Bayongbong, Kabupaten Garut, masih sangat terbatas. Sebagian besar kajian serupa dilakukan pada konteks perkotaan atau pada *mobile banking* bank lain, sehingga terdapat *research gap* yang perlu diisi melalui penelitian yang lebih kontekstual dan spesifik. Hal tersebut diperkuat melalui wawancara bersama *Customer Service* Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut, yang menyatakan bahwa sebagian nasabah di wilayah tersebut memiliki kecenderungan kurang cepat tanggap dalam menerima dan menyerap teknologi digital, termasuk layanan *mobile banking*. Kondisi ini menunjukkan bahwa karakteristik nasabah di wilayah semi-

urban seperti Bayongbong berbeda secara signifikan dengan nasabah di kawasan perkotaan, sehingga kajian empiris yang terukur di konteks tersebut menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dilakukan.

Berdasarkan seluruh uraian latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada kajian empiris mengenai “Pengaruh Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Pengguna *Livin' by Mandiri* KCP Bayongbong, Garut)”. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi celah penelitian yang ada sekaligus memberikan kontribusi ilmiah dan rekomendasi praktis bagi pengembangan kualitas layanan perbankan digital di tingkat kantor cabang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fitur produk aplikasi *Livin' by Mandiri* menurut nasabah di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut?
3. Bagaimana pengaruh fitur produk terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis fitur produk aplikasi *Livin' by Mandiri* menurut nasabah di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur produk terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* di Bank Mandiri KCP Bayongbong, Garut.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran bank, khususnya pada kajian mengenai pengaruh atribut fitur produk layanan digital perbankan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga dapat membantu memahami perilaku dan preferensi nasabah secara lebih mendalam. Penelitian ini memperkaya khazanah literatur ilmiah mengenai aplikasi *Livin' by Mandiri* dalam konteks nasabah di wilayah semi-urban yang selama ini belum banyak dieksplorasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengkaji variabel serupa pada objek, konteks, atau periode berbeda. Secara khusus, temuan penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana karakteristik wilayah semi-urban memengaruhi pola adopsi layanan perbankan digital oleh nasabah. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong

berkembangnya kajian-kajian serupa di wilayah lain yang memiliki karakteristik demografis dan literasi digital yang beragam.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi berbasis data mengenai persepsi nasabah terhadap fitur produk aplikasi *Living by Mandiri*. Temuan penelitian dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan kebijakan pengembangan layanan digital dan peningkatan kualitas fitur yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, terutama dalam merespons permasalahan-permasalahan fitur yang telah teridentifikasi.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai fitur-fitur unggulan aplikasi *Living by Mandiri* serta potensi permasalahannya, sehingga nasabah dapat mengoptimalkan pemanfaatan layanan digital secara lebih bijak dan berhati-hati.

c. Bagi Peneliti

Pelaksanaan penelitian ini merupakan wahana implementasi ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan pada Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, sekaligus sebagai syarat kelulusan dalam bentuk penyusunan Tugas Akhir.

d. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya koleksi literatur ilmiah dan menjadi referensi pengajaran di bidang perbankan digital, manajemen pemasaran bank, serta kajian kepuasan pelanggan dalam lingkup Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bayongbong yang berlokasi di wilayah Kecamatan Bayongbong, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa KCP Bayongbong merupakan salah satu unit layanan Bank Mandiri yang melayani nasabah di wilayah semi-urban Kabupaten Garut, di mana terdapat keragaman profil nasabah pengguna layanan digital yang menarik untuk dikaji dalam konteks fenomena permasalahan fitur yang telah teridentifikasi.

1.5.2 Jadwal penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2026 sampai dengan selesai. Rencana jadwal pelaksanaan penelitian secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Matriks Jadwal Penelitian

[illegible]