

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat terjadinya perubahan digital di berbagai bidang, termasuk dalam dunia perbankan. Fenomena digitalisasi dalam sektor perbankan di Indonesia semakin terasa, terlihat dari peningkatan penggunaan layanan perbankan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* oleh masyarakat. Masyarakat semakin memilih layanan digital karena lebih mudah, cepat, dan hemat waktu dalam melakukan transaksi tanpa perlu pergi ke kantor bank secara langsung. Kondisi ini mendorong bank-bank terus berinovasi dalam menciptakan layanan digital agar bisa memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern dan mengandalkan teknologi (Pratiwi & Setiawan, 2021; Kaur et al., 2021).

Menurut laporan Bank Indonesia (2025), sekitar 70% pengguna bank di Indonesia kini sudah beralih menggunakan layanan *mobile banking* untuk berbagai transaksi, mulai dari pengecekan saldo, transfer antarbank, hingga pembayaran tagihan. Tren ini menunjukkan bahwa layanan perbankan digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan teknologi yang semakin maju dan berubah cepat mendorong Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk terus mendukung serta mengawasi inovasi di bidang teknologi, terutama pada sektor jasa keuangan. Industri perbankan menjadi salah satu sektor yang banyak merasakan manfaat dari kemajuan teknologi, baik dalam meningkatkan kualitas

layanan, mempercepat proses operasional, maupun membuat akses perbankan lebih mudah bagi masyarakat (Riyadi 2024).

Perbankan saat ini telah menghadirkan layanan berbasis *platform mobile banking* sebagai bentuk inovasi digital. Mobile banking adalah layanan perbankan yang dibuat agar para pelanggan bisa melakukan berbagai jenis transaksi dengan mudah tanpa perlu datang ke kantor bank secara langsung. Salah satu perusahaan yang memulai layanan ini di Indonesia adalah Bank Central Asia (BCA) melalui PT Bank Central Asia Tbk, yang merilis aplikasi perbankan *mobile* pada tahun 2011 sebagai bagian dari upaya mengubah layanan mereka menjadi lebih digital (Badaruddin & Risma, 2021).

Menurut Angelia (2022), Mayoritas masyarakat menggunakan layanan *mobile banking* karena praktis, dan angkanya mencapai 87% untuk pengguna *mobile banking*. Selain itu, ada beberapa alasan lainnya, seperti hemat waktu, nyaman digunakan, mudah diakses, memiliki tingkat keamanan yang baik, dan fitur yang lengkap. Kondisi seperti itu mendorong lebih banyak orang menggunakan layanan perbankan *mobile*, terutama di masa kini yang sudah semakin canggih dan digital. Tidak mengherankan jika masyarakat semakin beralih dari transaksi manual ke transaksi digital karena dinilai lebih cepat dan lebih efektif.

Industri perbankan hampir seluruhnya telah menghadirkan layanan *mobile banking*, dan salah satu kemajuan yang paling signifikan adalah pertumbuhan cepat layanan BRI^{mo} dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Pada akhir Desember 2025, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) melaporkan peningkatan

signifikan pengguna aplikasi BRImo dengan jumlah nasabah mencapai 45,9 juta user dengan volume transaksi mencapai Rp. 7.057 triliun menurut Direktur Utama BRI (Ferdianto, 2025).

Menurut laporan Tirto (2026), meskipun ada banyak kemudahan yang diberikan, masih terdapat beberapa tantangan dalam pemanfaatan layanan perbankan digital. Salah satu masalah yang muncul adalah adanya gangguan sistem pada aplikasi BRImo yang beberapa kali mempengaruhi aktivitas transaksi bagi para nasabah. Pada tanggal 1 April 2026, aplikasi BRImo mengalami kendala yang menyebabkan nasabah tidak bisa login, transaksi tidak berhasil, dan saldo rekening yang sebelumnya terlihat menjadi Rp0 (Akbar Dwi Satria, 2026).

Namun gangguan itu juga menjadi topik hangat di platform media sosial, di mana sejumlah nasabah mengungkapkan kesulitan dalam mengakses layanan, adanya keterlambatan dalam transaksi, serta ketidakstabilan pada sistem aplikasi. Bahkan, beberapa nasabah merasa cemas dan panik karena saldo rekening mereka tampak hilang akibat kesalahan tampilan pada sistem selama proses pemeliharaan berlangsung. Kondisi ini menunjukkan bahwa perbankan digital memberikan banyak kemudahan, kualitas layanan digital yang belum mencapai standar optimal masih bisa menyebabkan ketidakpuasan di antara para nasabah. Ketidakpuasan tersebut berisiko mengurangi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan digital yang ditawarkan (Akbar Dwi Satria, 2026).

Mayoritas lembaga keuangan sudah menyediakan aplikasi perbankan berbasis *mobile* sebagai bagian dari komitmen mereka untuk memberikan layanan digital yang lebih modern dan inovatif kepada nasabah. Beberapa aplikasi yang bahkan sudah sangat populer di kalangan masyarakat dan aplikasi BRImo menempati peringkat ke-dua pada aplikasi *mobile banking* paling banyak digunakan oleh masyarakat (Lintang 2024).

Tabel 1.1

10 Aplikasi *Mobile banking* Terbaik dan Paling Diminati di Indonesia 2025

No.	Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	Jumlah Persen
1.	BCA <i>Mobile</i>	50%
2.	BRImo	22%
3.	Livin' by Mandiri	9%
4.	BNI <i>Mobile</i>	9%
5.	OCTO <i>Mobile</i>	3%
6.	SeaBank	2%
7.	Bank Jago	1%
8.	BCA Digital	1%
9.	Jenius (BTPN)	1%
10.	Line Bank	1%

Berdasarkan tabel di atas, disimpulkan bahwa pengguna BRImo menempati posisi ke-2 dengan persentase sebesar 22%. Hal ini menunjukkan bahwa BRImo merupakan salah satu pilihan utama masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan *mobile banking* lainnya.

Digitalisasi perbankan adalah langkah yang diambil oleh bank untuk menggabungkan teknologi digital ke dalam berbagai layanan perbankan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Dengan menggunakan layanan digital, bank bisa membuat akses ke berbagai layanan lebih

mudah, baik kapan pun maupun di mana pun (Jun dan Palacios, 2016), Bank mobile yang berkualitas tinggi dapat membuat nasabah lebih puas karena memudahkan, nyaman, dan efisien dalam melakukan transaksi. Digitalisasi perbankan membantu meningkatkan pengalaman nasabah saat menggunakan layanan perbankan.

Selain itu, digitalisasi perbankan juga merupakan strategi penting bagi bank dalam meningkatkan persaingan dan menjaga nasabah tetap loyal. Bank yang bisa memberikan layanan digital yang baik akan lebih mudah memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat pelanggan lebih senang. Penelitian menunjukkan bahwa layanan perbankan digital memberikan dampak positif pada kepuasan dan ketetapan nasabah karena memudahkan akses dan membuat proses transaksi lebih efisien (Rahi et al dan Kaur et al., 2020), Oleh karena itu, digitalisasi dalam perbankan tidak hanya membuat operasional bank lebih efisien, tetapi juga membantu membangun hubungan yang lebih baik dan berkelanjutan dengan nasabah.

Digitalisasi perbankan juga memunculkan berbagai masalah dan risiko yang bisa berakibat buruk. menurut Amhar Maulana Harahap (2025), menyatakan bahwa inovasi digital dalam perbankan membawa sejumlah ancaman seperti kebocoran informasi, serangan siber, penipuan daring, serta pencurian identitas yang dapat merugikan konsumen dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap institusi perbankan. Di samping itu, rendahnya pemahaman masyarakat mengenai teknologi juga menjadi kendala dalam memanfaatkan layanan digital secara maksimal, Oleh karena itu, kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan layanan digitalisasi perbankan bukan hanya memerlukan kesiapan dari segi teknologi, tetapi juga

kesiapan sumber daya manusia, baik dari pihak bank maupun pelanggan (Nurna Azizah, 2024).

Loyalitas nasabah sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah bank. Pelanggan yang setia biasanya tetap menggunakan layanan bank, tidak gampang beralih ke bank lain, dan sering kali merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Kepatuhan pelanggan bisa dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah tingkat pelayanan digital yang diberikan oleh bank (Susanto dan Prijati.,2022) Loyalitas nasabah menunjukkan ketetapannya menggunakan layanan perbankan secara berkelanjutan, karena merasa puas dan percaya terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

Meningkatnya persaingan di industri perbankan membuat menjaga loyalitas pelanggan menjadi tantangan bagi semua bank. Sekarang ini, nasabah tidak hanya menggunakan satu produk perbankan saja, tetapi biasanya memiliki beberapa rekening dan layanan digital dari berbagai bank. Kondisi itu menunjukkan bahwa nasabah bebas memilih layanan yang menurut mereka paling cocok dengan kebutuhan mereka. Akibatnya, loyalitas nasabah kini tidak hanya terlihat dari memiliki rekening, tetapi juga dari penggunaan produk dan layanan perbankan secara konsisten. Jika bank tidak bisa memberi layanan sesuai yang diharapkan oleh nasabah, maka nasabah mungkin menggunakan produk bank lebih sedikit atau bahkan pindah ke bank lain (Ifa Latifah, 2023).

Sebagai salah satu bank BRI Kantor Cabang Singapura. terus melakukan transformasi digital melalui pengembangan berbagai layanan berbasis teknologi. digitalisasi yang dilakukan tidak hanya diwujudkan melalui layanan *mobile banking*, tetapi juga melalui penerapan mesin *Cash Recycling Machine* (CRM), QRIS, pembukaan rekening secara digital, layanan customer service berbasis digital, sistem antrean elektronik, penggunaan dokumen elektronik, hingga digitalisasi proses operasional lainnya. Berbagai inovasi tersebut menunjukkan komitmen Bank BRI dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memberikan pengalaman transaksi yang lebih cepat, mudah, aman, dan efisien bagi nasabah (Tasya. 2025).

Bank BRI Kantor Cabang Singapura telah membuat layanan digital dengan menggunakan aplikasi BRImo. meski demikian, masih ada beberapa nasabah yang datang langsung ke kantor cabang untuk melakukan transaksi, padahal transaksi tersebut bisa dilakukan melalui aplikasi BRImo. Kondisi ini terlihat dari masih banyaknya nasabah yang antri di layanan customer service maupun teller untuk melakukan transaksi, mengaktifkan layanan, mengubah data rekening, atau berkonsultasi tentang penggunaan layanan digital. Artinya, para nasabah masih belum memanfaatkan layanan digital secara maksimal (Rosmasari, 2025).

Selain itu, bukan berarti semua pengguna aplikasi BRImo menggunakan secara sepenuhnya pada semua fitur yang ada di aplikasi BRImo. Beberapa nasabah hanya menggunakan aplikasi BRImo untuk mengecek saldo dan melakukan transfer uang, sedangkan fitur lain seperti QRIS, investasi, pembukaan rekening digital, pembayaran tagihan, dan transaksi *merchant* masih belum digunakan dengan

optimal. Kondisi itu menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam tingkat kemampuan nasabah menggunakan teknologi digital di kantor cabang BRI Singapura.

BRImo (*BRI Mobile*) adalah aplikasi layanan perbankan digital dari Bank BRI KC Singapura yang digunakan oleh para nasabah untuk melakukan berbagai jenis transaksi perbankan secara online melalui ponsel pintar. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur seperti mentransfer uang antar rekening, membayar tagihan, membeli pulsa dan paket data, mengisi saldo dompet digital, melakukan transaksi dengan QRIS, serta layanan perbankan lainnya yang bisa diakses kapan saja sepanjang hari. BRImo hadir agar para nasabah bisa bertransaksi dengan lebih mudah, cepat, aman, dan efisien tanpa perlu datang langsung ke kantor cabang (Damayanti, 2023).

Oleh karena itu, aplikasi BRImo menjadi salah satu contoh dari penerapan digitalisasi dalam layanan perbankan yang dilakukan oleh BRI KC Singapura untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabah serta memenuhi kebutuhan transaksi di masa kini yang sudah digital. (Pratiwi dan Setiawan, 2021).

Objek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan aplikasi BRImo di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Singapura, dan sudah menggunakan aplikasi tersebut selama minimal 2 tahun. Pemilihan objek tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa nasabah sudah memiliki pengalaman cukup dalam menggunakan layanan digital BRImo, sehingga mampu mengevaluasi dampak digitalisasi perbankan terhadap ketaatan mereka sebagai nasabah Bank BRI.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan tersebut, digitalisasi dalam perbankan memainkan peran penting dalam meningkatkan ketaatan nasabah dengan memberikan kemudahan, efisiensi, dan layanan yang lebih berkualitas. Dengan adanya layanan digital seperti aplikasi BRImo, diharapkan bisa membuat nasabah lebih senang dan tetap setia menggunakan layanan perbankan tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan berjudul **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (Studi pada Nasabah Pengguna Aplikasi BRImo di Bank BRI Kantor Cabang Singaparna)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan data di atas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana digitalisasi perbankan aplikasi Brimo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna.
2. Bagaimana loyalitas nasabah pengguna aplikasi Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna.
3. Bagaimana pengaruh digitalisasi perbankan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna aplikasi Brimo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan permasalahan yang sudah diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Digitalisasi perbankan aplikasi Brimo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna
2. Loyalitas nasabah pengguna aplikasi Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna.
3. Pengaruh digitalisasi perbankan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna aplikasi Brimo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperdalam pemahaman mengenai perkembangan teknologi keuangan, khususnya terkait dengan penggunaan aplikasi Brimo. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memperkaya pengetahuan akademis tentang penggunaan aplikasi digital dalam sektor keuangan, tetapi juga untuk menawarkan perspektif baru dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi dan perilaku nasabah terhadap teknologi keuangan berbasis aplikasi *mobile banking*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Akademis

Manfaat bagi akademisi yakni agar menambah pengetahuan mengenai perkembangan teknologi keuangan serta dapat mengaplikasikan mata kuliah yang didapatkan di masa perkuliahan.

2. Bagi Lemabaga

Sebagai objek penelitian dapat menggunakan laporan ini guna mengevaluasi dan mengetahui respon nasabah pengguna aplikasi Brimo mengenai pelayanan aplikasi Brimo.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan agar masyarakat mengetahui kemudahan dari adanya *mobile banking* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan ini di peroleh untuk mendapatkan informasi yang di perlukan dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Singaparna yang beralamat di Jl. Raya Timur Singaparna No, 250. Singaparna, Kab Tasikmalaya, Jawa Barat 46112.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Di bawah ini adalah tabel jadwal kegiatan yang dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir:

Tabel 1.2

Matriks Waktu Penelitian Tugas Akhir 2026

[illegible]