

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini secara keseluruhan memberikan dampak pada setiap aspek kehidupan manusia. Di zaman yang serba modern ini, aktivitas kehidupan manusia semakin dipermudah dengan adanya teknologi. Teknologi dan manusia merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan saat ini, di mana manusia tidak dapat hidup tanpa adanya teknologi, terutama dalam dunia industri.

Perkembangan teknologi di era digital saat ini berpengaruh besar bagi dunia industri, sekaligus menciptakan sebuah era baru didalamnya (Dewatara dan Agustin, 2019). Proses perkembangan teknologi mengharuskan perusahaan beradaptasi dengan perubahan secara cepat untuk mampu menganalisis dan berpikir secara kritis agar memiliki keunggulan yang kompetitif, sehingga mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin pesat. Salah satu bentuk dari teknologi ini adalah internet, yang saat ini semua masyarakat menggunakannya. Internet adalah komunikasi jaringan global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia walaupun dengan sistem operasi dan mesin yang berbeda (Ahmadi & Hermawan, 2013:68). Internet tidak hanya dipakai untuk mendapatkan informasi saja, tetapi pada saat ini internet dapat dipergunakan untuk melaksanakan transaksi keuangan.

Sebelum adanya perkembangan teknologi, sistem transaksi keuangan masih dilakukan dengan cara konvensional dan harus bertatap muka, namun saat ini transaksi keuangan dapat dilakukan hanya dengan menggunakan internet melalui aplikasi-aplikasi pembayaran. Pemanfaatan internet dalam melakukan transaksi keuangan juga dimanfaatkan pada sektor perbankan. Hampir seluruh bank di Indonesia telah memiliki sistem transaksi berbasis teknologi yang dapat mempermudah nasabah. Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual ataupun ditawarkan oleh Bank (Kasmir, 2014:14). Pihak perbankan telah menyediakan sistem teknologi informasi terkini, yaitu *electronic banking*, yang secara sederhana dapat diartikan sebagai aktivitas perbankan di internet. Nasabah dapat

melakukan transaksi langsung seperti mengakses rekening, membuat rekening secara online, serta melakukan investasi saham. *Electronic banking* tersebut di antaranya *Automated Teller Machine (ATM)*, *Call Center*, *Online/Internet Banking*, *Mobile banking* , *Telephone Banking*, *Video Banking* dan *Direct Selling Agent (DSA)* (Pranoto et al., 2020:1).

*Mobile banking* merupakan salah satu *electronic banking* yang biasa kita dengar. *Mobile banking* dapat digunakan langsung dari ponsel *GSM (Global for Mobile Communication)* dan ponsel dengan SMS (*Short Message Service*) yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk bertransaksi (Simatupang, 2021:59). Dibandingkan dengan *electronic banking* lainnya, *mobile banking* yang paling cepat berkembang karena dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin *modern*. *Mobile banking* juga biasa disebut dengan istilah *m-banking*. *M-Banking* merupakan salah satu pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah agar lebih mudah terhubung dan mempermudah aktivitas nasabah (Simatupang 2021:59).

Jenis-jenis layanan perbankan yang terdapat pada *m-banking* relatif sama di setiap bank, seperti *transfer* dana antar rekening atau ke bank lain, informasi saldo dan mutasi rekening, pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing. Dengan adanya teknologi ini, sektor perbankan dapat memberi nilai lebih dalam meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat mempermudah para nasabah. Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai fokus untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan, juga pada ketepatan ketika memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku buat seluruh jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan waktu *client* berada pada perusahaan (Arianto 2018:83).

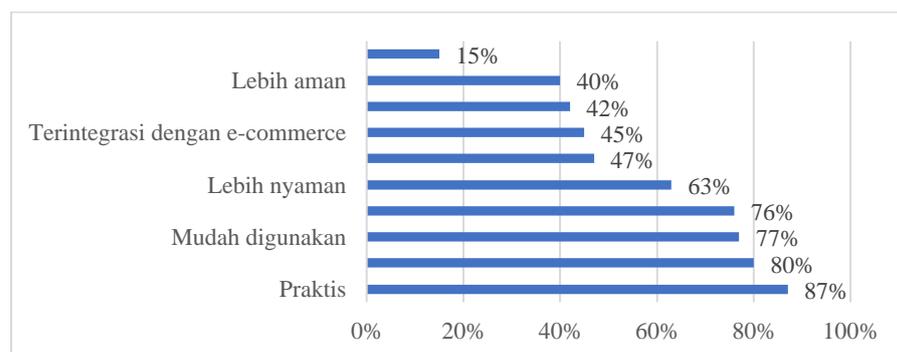
Telah terbukti bahwa kualitas pelayanan dari penggunaan *mobile banking* dari sisi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dapat menimbulkan kepuasan dari nasabah suatu bank (Purnomo & Dwiyanto

2017:4). Terdapat kualitas layanan lainnya yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, antara lain adalah kepercayaan, kecepatan, keamanan, dan kemudahan dalam transaksi dapat menimbulkan kepuasan bagi nasabah bank (Sari, 2015). Belakangan ini masyarakat telah dihebohkan dengan aksi penipuan pembobolan *mobile banking*. Berita yang penulis temukan pada artikel online yang terpercaya, dilansir oleh Detik.com, melaporkan bahwa telah terjadi pembobolan *mobile banking* melalui peretasan akun oleh hacker dengan modus mengirim undangan pernikahan palsu pada *handphone* korban. Kejadian ini mendorong bank untuk meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* mereka menjadi lebih aman. Salah satu bank terbesar di Indonesia yang mempunyai layanan *mobile banking* ialah Bank Mandiri.

Bank Mandiri memiliki layanan *mobile banking* bernama *livin by mandiri*. Aplikasi *mobile banking* mandiri melakukan perubahan nama yang sebelumnya bernama *mandiri online* menjadi *livin by mandiri*. Perubahan nama ini tentunya juga membuat perubahan layanan *mobile banking* mandiri menjadi lebih maju dan lebih efisien.

Aplikasi *livin by mandiri* menjadi aplikasi terbanyak ketiga di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna di bawah *BCA Mobile* dan *BRImo* (Angelia, 2022). Aplikasi ini juga memiliki jumlah pengguna aktif yang mencapai 13 juta pengguna. Di samping itu, *livin by mandiri* juga dinilai praktis dan menjadi salah satu alasan terbesar nasabah dalam menggunakan *livin by mandiri* pada tahun 2022. Berikut data *survey* alasan nasabah menggunakan *mobile banking livin by mandiri*;

**Gambar 1.1**  
**Alasan Masyarakat Menggunakan *Livin B y Mandiri* Tahun 2022**



Sumber: Populix

Berdasarkan data *survey* di atas, alasan utama yang diungkapkan responden ialah karena menggunakan aplikasi *mobile banking livin by mandiri* dinilai praktis dengan raihan sebesar 87 persen. Alasan berikutnya karena layanan perbankan digital melalui *mobile banking livin by mandiri* dinilai efisien waktu dengan perolehan sebesar 80 persen. Mudah digunakan menjadi alasan berikutnya yang diungkapkan oleh 77 persen responden. Alasan-alasan utama tersebut sepertinya sesuai dengan tujuan penggunaan *mobile banking* yaitu memudahkan proses transaksi nasabah dengan praktis dan efisien. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan yang ditampilkan pada *survey* merupakan pelayanan yang dibutuhkan nasabah saat menggunakan aplikasi *livin by mandiri*. Hal ini secara langsung menjadi nilai kompetitif dari *livin by mandiri* untuk mempertahankan kualitas pelayanannya kepada nasabah.

Beragam kegiatan promosi telah dilakukan oleh Bank Mandiri untuk Untuk mempertahankan nilai kompetitif dengan cara mengedukasi nasabah menggunakan *livin by mandiri*, hal ini secara tidak langsung juga dilakukan untuk menambah jumlah nasabah bank secara keseluruhan. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa (Buchari Alma, 2016:179). Promosi salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar mereka berniat untuk membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan (Kotler dan Keller, 2016:47). Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan antara lain, mengiklankan produk *livin by mandiri* pada *platform-platform* dengan memberikan diskon belanja apabila pembeli membayar menggunakan *mobile banking livin mandiri*.

Beragam jenis promosi telah dilakukan, diantaranya adalah diskon tiket pesawat, diskon menginap di hotel, diskon belanja, dan diskon kuliner bila melakukan transaksi menggunakan *livin by mandiri*. Selain itu ada juga promo dengan menggunakan *livin poin*, jadi bagi pengguna *livin by mandiri*

yang menggunakan aplikasinya dalam bertransaksi akan mendapatkan *cashback* berupa *livin poin*. Kegiatan ini agar mendorong nasabah untuk segera menggunakan *livin by mandiri*, akan tetapi berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan kepala cabang PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman bahwa ada beberapa nasabah mengeluhkan terlambatnya *cashback livin poin* masuk ke dalam aplikasi, yang seharusnya 3 hari kerja, namun sering terjadi 4-6 hari kerja. Dari 74% nasabah yang menggunakan *livin by mandiri* terdapat 13 orang diantaranya yang mengeluhkan hal tersebut.

**Tabel 1.1**  
**Keluhan Nasabah**

No	Nama	No Handphone	No Rekening
1	Adinda Shafira	0821xxxxxxxx	*RAHASIA*
2	Nyimas Salsabila	0813xxxxxxxx	*RAHASIA*
3	Devy Rahmawati	0882xxxxxxxx	*RAHASIA*
4	Alika Putri Sarah	0878xxxxxxxx	*RAHASIA*
5	Pratiwi Hervina	0812xxxxxxxx	*RAHASIA*
6	Ismarini Ismail	0811xxxxxxxx	*RAHASIA*
7	Ahmad Ilzan	0882xxxxxxxx	*RAHASIA*
8	Nistrina Rania	0821xxxxxxxx	*RAHASIA*
9	Rizki Panca	0812xxxxxxxx	*RAHASIA*
10	Dwi Utomo	0853xxxxxxxx	*RAHASIA*
11	Selvy Hasanah	0811xxxxxxxx	*RAHASIA*
12	Utami	0852xxxxxxxx	*RAHASIA*
13	Riris Rahmawati	0812xxxxxxxx	*RAHASIA*

Sumber: PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman, 2023

Disamping itu Bank Mandiri juga kerap mengenalkan *livin by mandiri* pada berbagai *event*. Sampai saat ini, Bank Mandiri selaku induk memiliki 137 kantor cabang dari 12 kantor pusat wilayah seluruh Indonesia. Salah satu

wilayah yang memiliki kantor cabang terbanyak adalah wilayah Palembang, Sumatera.

**Gambar 1.2**  
**Jaringan Kantor per Wilayah tahun 2021**

**Jaringan Kantor per Wilayah Tahun 2021**  
Office Network by Region 2021

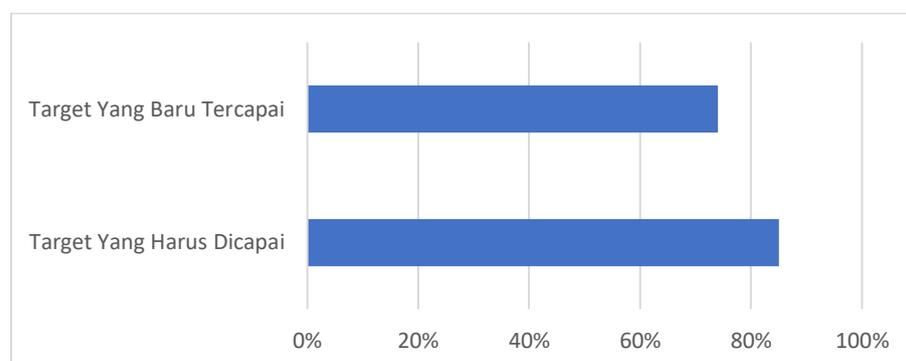
FAK: (0301) 669111  
261453.235924

Wilayah Region	Kantor Cabang Branch Office	Kantor Cabang Pembantu Sub Branch office		Jaringan Kantor Lainnya Other Office Network
		Permanen Permanent	Mobile	ATM
Region I/Sumatera 1	15	214	6	1.111
Region II/Sumatera 2	14	221	12	848
Region III/Kalimantan 1	12	252	2	1.741
Region IV/Kalimantan 2	11	225	4	1.595
Region V/Kalimantan 3	8	181	1	1.485

*Sumber; Sustainable Report Bank Mandiri 2021*

Wilayah Palembang dan Medan di Sumatera menjadi wilayah dengan Kantor cabang (*branch office*) terbanyak di Indonesia. Salah satu cabang di Sumatera Selatan, yaitu cabang Palembang Sudirman, memiliki jumlah nasabah sebanyak 26.489, tetapi Cabang Palembang Sudirman masih belum mencapai 85 persen nasabah yang seharusnya memiliki aplikasi *livin by mandiri*. Saat ini nasabah yang telah menggunakan aplikasi *livin by mandiri* di Cabang Palembang Sudirman baru sebanyak 19.601 nasabah saja.

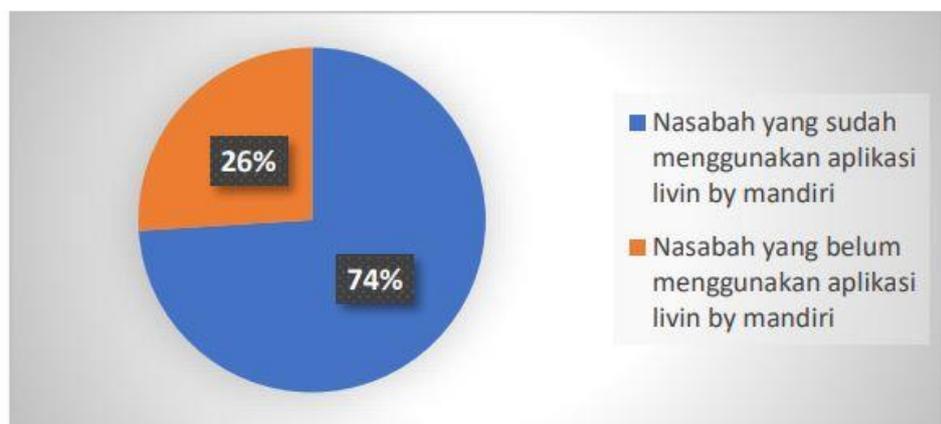
**Gambar 1.3**  
**Target Pengguna *Livin By Mandiri***



*Sumber: PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman, 2023*

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa target yang harus dipenuhi oleh Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman adalah sebanyak 85 persen nasabah menggunakan aplikasi *livin by mandiri*, namun pada kenyataannya hanya 74 persen nasabah saja yang sudah menggunakan aplikasi *livin by mandiri*. Hal inilah yang menjadi permasalahan di PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman.

**Gambar 1.4**  
**Jumlah Pengguna *livin by mandiri***



Sumber: PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman, 2023

Dari diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa masih ada 26 persen nasabah yang belum menggunakan *livin by mandiri*. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Cabang Bank Mandiri Palembang Sudirman, target mereka adalah mencapai 85 persen pengguna *livin by mandiri*, namun banyak faktor yang menyebabkan 26 persen nasabah yang belum mempunyai *aplikasi livin by mandiri* yaitu usia mereka yang sudah berumur, tipe handphone yang tidak mendukung dan sinyal yang kurang memadai. Namun di samping itu, Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman, terus melakukan promosi dan pemasaran terkait aplikasi *livin by mandiri*. Dengan melakukan promosi dan pemasaran yang tepat, seperti gencar mengenalkan *livin mandiri* pada *event-event*, mengenalkan *livin mandiri* sampai ke pasar tradisional, mengedukasi masyarakat tentang mudahnya transaksi melalui *livin by mandiri*. Sampai saat ini, nasabah Bank Mandiri di area Palembang Sudirman sudah mulai

teredukasi dan melakukan pengunduhan aplikasi *livin by mandiri*. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Kenaikan Pengguna *Livin By Mandiri* 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengguna Baru (Orang)</b>
Januari	297
Februari	349
Maret	268
April	317
Mei	242
Juni	330
Juli	394
Agustus	374
September	560
Oktober	396
November	581
Desember	484

*Sumber: PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman, 2022*

Pada tahun 2022, pengguna *livin by mandiri* semakin bertambah penggunaannya. Pada bulan Januari 2022 bertambah sebanyak 297 pengguna, kemudian pada bulan Februari 2022 bertambah menjadi 349 pengguna, namun pada bulan Maret 2022 pengguna baru hanya bertambah sebanyak 268 yang mana lebih rendah dari angka sebelumnya, hal ini menunjukkan ketidak stabilan penambahan pengguna baru aplikasi *livin by mandiri*. Dapat diketahui bahwa Bank Mandiri tetap dapat mengedukasi para nasabah di era digital ini. Dalam persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya, kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting dan memiliki peran

penting dalam sektor perbankan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2022:246). Nasabah akan puas apabila mereka merasa kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Pelayanan dalam aplikasi *livin by mandiri* memberikan pengaruh pada nasabah tertarik untuk menggunakan *livin by mandiri*. Layanan yang praktis dan aman memberikan kepuasan bagi nasabah sehingga nasabah merasa aman menggunakan *livin by mandiri* (Januarti and Suyatno, 2022:5). Selain itu, kepuasan nasabah pengguna *livin by mandiri* dipengaruhi oleh informasi yang diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan aplikasi. Bahkan program-program promosi dengan memberikan diskon sangat menarik nasabah untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile banking livin by mandiri* (Nauvan et al., 2022)

Hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli mengenai bagaimana kualitas pelayanan *mobile banking* dan kegiatan promosi yang dilakukan bank dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, antara lain;

Penelitian yang dilakukan oleh Muh. Ali Maskuri dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank” menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Maskuri, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Apren Halomoan dan Sugianta Ovinus dengan judul “Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan” menyimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Halomoan *et al.*, 2020)

Penelitian Yang Dilakukan Oleh Agus Hocky, Nadia Sagita & Teddy Chandra dengan Judul “Pengaruh Citra Bank, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia (Kcp Harapan Raya Pekanbaru)” menyimpulkan bahwa pengaruh citra bank,

promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Centra Asia (Hocky, Sagita and Chandra, 2020)

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan berkaitan dengan kualitas layanan *mobile banking* dan promosi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Living By Mandiri* Pada PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah, yang menarik untuk dikaji antara lain:

1. Apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Aplikasi *Living by mandiri* di Kantor Cabang Sudirman Palembang?
2. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Living by mandiri* di Kantor Cabang Palembang Sudirman?
3. Apakah kualitas layanan *mobile banking* dan promosi berpengaruh secara simultan kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *Living by mandiri* di Kantor Cabang Palembang Sudirman?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* dan Promosi Terhadap Kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *living by mandiri* di kantor cabang Palembang Sudirman memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *living by mandiri* di Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang Sudirman.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *livin by mandiri* di Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang Sudirman.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *mobile banking* dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *livin by mandiri* di Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang Sudirman.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat berdasarkan:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kualitas layanan *mobile banking* dan promosi dalam penggunaan aplikasi *livin by mandiri* di Palembang dalam bidang perbankan diharapkan bisa berkontribusi untuk menambah pengetahuan teori mengenai dimensi kualitas.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang serta dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.

- b. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan dan saran yang positif mengenai kualitas pelayanan serta promosi terhadap kepuasan nasabah pengguna *livin by mandiri*

- c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi sumber referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.

### **1.5 Metode Penyelesaian Masalah**

1. Mencari informasi terkait penelitian yang ingin diteliti
2. Melakukan pengumpulan data melalui metode wawancara kepada Kepala Cabang PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman dan studi kepustakaan dengan melihat jurnal-jurnal yang berkaitan
3. Melakukan penyebaran kuesioner kepada Nasabah PT Bank Mandiri Cabang Palembang Sudirman