

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

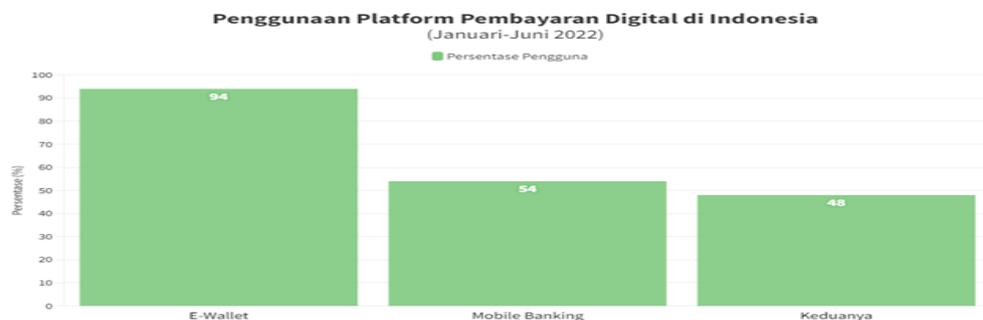
Pertumbuhan ekonomi di Indonesia berkembang pesat mengikuti perubahan teknologi digitalisasi. Kemampuan sumber daya manusia dalam beradaptasi pada perubahan akan berdampak baik untuk mempertahankan kualitas perusahaan. Perkembangan digitalisasi menjadi salah satu hal yang mendukung kesejahteraan dalam bisnis, banyak perusahaan-perusahaan yang merespon ekonomi digital sebagai kemudahan dalam pelayanan akses yang menghubungkan antar perusahaan dengan pihak bersangkutan.

Ekonomi digital berhasil menjadi pilar ketahanan di Indonesia saat masa pandemi dengan kontribusi yang sangat besar mencapai 15,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Global, bahkan di tahun 2030 ekonomi digital Indonesia diprediksi mencapai USD 330 Miliar. Hal tersebut dibersamai dengan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia industri digital agar lebih kompetitif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023).

Salah satu perusahaan yang peka dalam perkembangan ekonomi digital adalah industri perbankan. Industri perbankan mempunyai peran yang sangat penting untuk menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena industri perbankan bergerak dalam sektor keuangan yang termasuk sebagai perusahaan terbesar yang menghimpun dana dari masyarakat. Peran industri perbankan dalam pembangunan ekonomi sejatinya harus dikembangkan dengan beradaptasi pada peluang perubahan pada berbagai produk perbankan dengan keuangan digital (*digital finance*). Saat pandemi virus covid tahun lalu banyak membuat perubahan pada pola transaksi menjadi transaksi keuangan berbasis pembayaran dan penyimpanan secara digital. Teknologi perbankan yang menjadikan pertumbuhan pengguna gadget dan pengguna internet sebagai manfaat sistem transaksi keuangan yang dinamai dengan *mobile banking*.

Mobile banking merupakan produk perbankan digital yang dapat memberikan keuntungan antara pihak perbankan dan nasabah pengguna *mobile banking*. Kegunaannya dalam aktivitas sehari-hari sangat efektif dengan berbagai fitur seperti fitur informasi yang terdiri dari informasi mengenai saldo, mutasi rekening, informasi tagihan kartu kredit, suku bunga serta mengenai lokasi cabang/ATM terdekat. Selain itu ada layanan transaksi seperti transfer sesama bank dan antar bank, pembayaran tagihan seperti pembayaran listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet dengan memasukkan nomor pelanggan saja, kemudian ada fitur layanan *scan QRIS* sebagai kemudahan dalam proses transaksi pembayaran saat belanja di suatu toko *offline* maupun *online* dan berbagai fitur serta fungsi lainnya yang dapat diakses pengguna *mobile banking*.

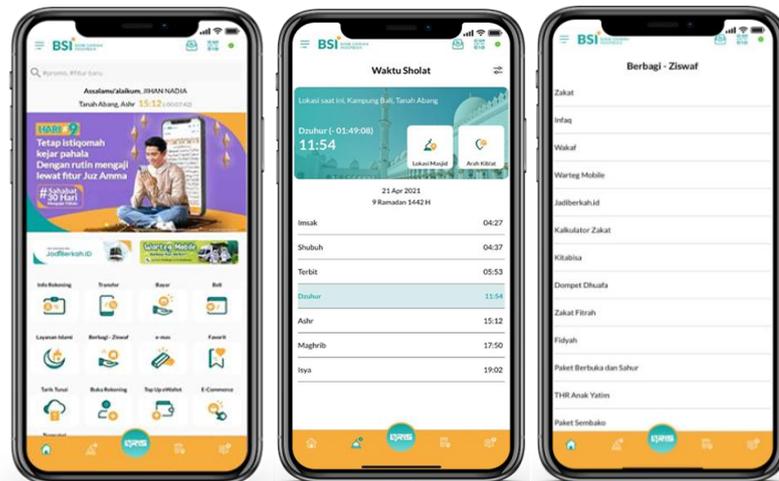
Pengguna layanan keuangan digital di Indonesia memberikan dampak baik dalam proses bertransaksi. Keuangan digital memberikan solusi dalam proses layanan transaksi, dari kemudahan penggunaan pembayaran digital banyak perusahaan keuangan atau *startup* yang berinovasi menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Persaingan tersebut tentunya dapat dijadikan acuan masing-masing perusahaan dalam meyakinkan pengguna layanan keuangan digital. *Mobile banking* bukan satu-satunya layanan keuangan digital yang digunakan masyarakat, namun ada layanan keuangan digital lain seperti *e-wallet* yang dapat masyarakat gunakan untuk bertransaksi. Pengguna layanan keuangan digital ini juga dapat digunakan oleh berbagai generasi dan tentunya pengguna yang memenuhi syarat secara benar.



Gambar 1.1 Data Pengguna *Platform* Pembayaran Digital
Sumber: Data Indonesia dalam Sadya (2022)

Data diatas merupakan data perbandingan antara pengguna *e-wallet* dan pengguna *mobile banking* di Indonesia pada periode Januari-Juni tahun 2022. Pada data tersebut terlihat bahwa pengguna *e-wallet* lebih unggul dari pengguna *mobile banking*. Perbandingan dalam penggunaan layanan keuangan digital tersebut menjadikan industri perbankan lebih peka untuk meningkatkan loyalitas pengguna layanan *mobile banking*.

Salah satu perbankan yang menggunakan layanan *mobile banking* adalah PT Bank Syariah Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia adalah industri perbankan yang memberikan layanan tidak hanya bertatap muka namun juga dengan layanan digital *mobile banking*. PT Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang melayani nasabah dengan prinsip syariah. BSI merupakan gabungan dari 3 (tiga) bank syariah di Indonesia yaitu dari Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank BNI Syariah yang telah diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 lalu. Bank Syariah Indonesia merupakan perusahaan yang peka dan mampu beradaptasi pada perubahan teknologi informasi, Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan keuangan digital yang disebut dengan *BSI Mobile Banking*.



Gambar 1.2 Tampilan *BSI Mobile Banking*
Sumber: Bank Syariah Indonesia (2023)

Diharapkan dengan adanya layanan *BSI Mobile Banking* tersebut dan bank yang diresmikan sudah berjalan 2 (dua) tahun akan membuat persaingan industri keuangan berbasis digital serta pengguna bank syariah gabungan

sebelumnya dan sekarang loyal terhadap penggunaan *mobile banking* yang ada.

Loyalitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi komitmen pelanggan suatu perusahaan dalam menggunakan produk atau jasa secara terus menerus. Loyalitas didefinisikan sebagai produk atau layanan yang dilakukan pembelian ulang dengan komitmen atau lebih digemari di masa yang akan datang walau dengan adanya sesuatu yang mempengaruhi suasana dan pemasaran yang berdampak pada perubahan perilaku (Kotler dan Keller dalam Triandewo dan Yustine (2020:15).



Gambar 1.3 Perbandingan Persentase Pengguna *Mobile Banking*
Sumber: *Good Stats* dalam Angelia (2022)

Berdasarkan data Gambar 3 terdapat sepuluh aplikasi *mobile banking* yang digunakan masyarakat pada tahun 2022 yaitu *BCA mobile* 60%, *Brimo* 26%, *Livin by Mandiri* 25%, *BNI mobile* 23%, *BSI mobile* 9%, *OCTO mobile* 5%, *Permata mobile* 5%, *BTN mobile* 4%, *DIGI* 2% dan *D-Mobile* 2%. Layanan *BSI mobile banking* berada pada urutan lima dengan persentase 9%. Hal ini berhubungan dengan citra perusahaan atau citra Bank Syariah Indonesia sebagai pemberi layanan keuangan digital *mobile banking* kepada nasabah. Adanya perbandingan tersebut menjadi faktor Bank Syariah Indonesia dalam membangun citra perusahaan agar loyalitas pengguna layanan *BSI mobile banking* meningkat. *BSI mobile banking* dengan berbagai macam fitur layanan di dalamnya harus bisa meyakinkan pengguna dari segi citra bank, keamanan penggunaan *mobile banking* dan kepercayaan terhadap aplikasi *mobile banking* sebagai tempat transaksi keuangan nasabah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna layanan *mobile banking* adalah citra bank. Citra bank merupakan hal yang penting dalam meyakinkan nasabah sebagaimana perusahaan dapat membangun citra yang baik seperti meningkatkan kualitas layanan dan menjaga realisasi antar bank dan nasabah. Citra perusahaan akan terlihat baik atau buruk dimata masyarakat sesuai dengan apa yang perusahaan berikan terhadap nasabah, maka dari itu membangun citra bank yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Adapun penelitian terdahulu yang diteliti oleh Siadari dan Lutfi (2021) menyatakan hasil penelitian bahwa citra perusahaan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking*. Namun berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Triandewo dan Yustine (2020) menyatakan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh positif citra perusahaan terhadap loyalitas kepercayaan pada pelanggan BCA di Jakarta.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi *mobile banking* adalah keamanan suatu sistem yang mencegah terjadinya kejahatan seperti peretas yang tidak terduga, keamanan menjadi hal utama yang dapat meyakinkan nasabah dalam mempercayakan dananya yang dihimpun bank. Jika suatu keamanan pada *mobile banking* sangat kuat maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Adestyan dan Rapida (2022) diperoleh hasil penelitian bahwa secara parsial menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Namun berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Wardani dan Fahlefi (2022) diperoleh hasil penelitian bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *e-banking*.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pengguna layanan *mobile banking* yaitu suatu kepercayaan. Kepercayaan adalah tentang bagaimana pihak bank menjalin hubungan kepada nasabah dengan produk atau jasa yang diberikan dapat membuat yakin nasabah. Dengan adanya kepercayaan antara kedua belah pihak yang terjalin maka hal itu akan membuat loyalitas semakin

meningkat. Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Setiawan (2016) dengan hasil penelitian kepercayaan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank. Namun berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Winasih dan Hakim (2021) dengan hasil penelitian kepercayaan nasabah tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu pada proposal penelitian skripsi ini akan membahas mengenai **“Pengaruh Citra Bank, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada BSI KC Palembang A Rivai)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut.

1. Apakah citra bank berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai?
2. Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai?
4. Apakah citra bank, keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pengguna *BSI Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Untuk mempermudah penulisan agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka penulis hanya menyelidiki permasalahan yang ada dalam fokus penelitian ini. Ruang lingkup masalah yang akan dibahas pada penulisan skripsi yaitu:

1. Variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra bank, keamanan dan kepercayaan, sedangkan variabel *dependen* yang

digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.

2. Objek penelitian berfokus pada nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A Rivai.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh citra bank secara parsial terhadap loyalitas pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai.
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan secara parsial terhadap loyalitas pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra bank, keamanan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* pada BSI KC Palembang A Rivai.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang dipetik dari pelaksanaan penelitian antara lain:

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi secara teori pada penelitian dengan judul dan studi kasus yang serupa mengenai citra bank, keamanan dan kepercayaan yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking*.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan serta pengetahuan di bidang pemasaran perbankan dan dapat dijadikan acuan sebagai bahan penelitian untuk mengetahui apa saja variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna

Mobile Banking khususnya pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A Rivai.

b. Bagi Akademik

Sebagai bahan informasi penelitian dengan hasil penelitian yang dapat digunakan untuk referensi penelitian kedepan khususnya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh citra bank, keamanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking*.

c. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam mempertimbangkan dan meningkatkan loyalitas pengguna BSI *Mobile Banking*.