

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari hari ke hari mengalami peningkatan. Teknologi pun sekarang banyak dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia. Oleh karena itu perangkat digital atau *handphone* sudah dikembangkan dan dapat dibekali aplikasi - aplikasi canggih sehingga manusia dapat menerima informasi yang mereka butuhkan dalam satu gengaman.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini, maka teknologi berevolusi menjadi *digitalisasi*. Digitalisasi bersifat informatif, sehingga dengan adanya digitalisasi saat ini dapat memberikan informasi secara rinci. Dengan adanya digitalisasi bermanfaat pada era pandemi seperti ini, masyarakat dapat mempelajari mengenai digitalisasi tersebut supaya mengurangi resiko penyebaran virus Covid 19 yang masih merajalela. Dalam kehidupan sehari-hari saat manusia berinteraksi satu sama lain, manusia juga tidak lepas dari penggunaan perangkat digital.

Teknologi digital saat ini berperan penting dalam dunia perbankan. Dengan menggunakan teknologi digital dalam dunia perbankan dapat meningkatkan akurasi dan mutu dalam pelayanan melayani nasabah. Data-data dalam perbankan pun banyak dan penting, karena mencakup data pribadi dari nasabah. Sehingga dalam mengelola data nasabah tersebut harus cepat dan akurat.

Berbagai sistem dan aplikasi perbankan telah diciptakan untuk menunjang hal tersebut. Setiap bank di Indonesia telah menetapkan atau menyiapkan aplikasi yang boleh atau disarankan untuk nasabah dengan alasan keamanan dan lisensi. Aplikasi yang berlisensi sangat baik untuk digunakan oleh perbankan karena memiliki sistem keamanan dan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi tersebut.

Di Bank Mandiri terdapat layanan secara online dan penggunaan layanan tersebut berbasis aplikasi pada *smartphone*. Aplikasi tersebut lebih dikenal dengan *electronic banking* atau lebih mudah dikenal masyarakat dengan sebutan Mobile Banking. Mobile Banking pada Bank Mandiri merupakan salah satu produk jasa perbankan milik bank mandiri yang dimana penggunaan aplikasi Mobile Banking Mandiri tersebut mudah digunakan oleh nasabah dan pastinya data nasabah di Mobile Banking tersebut dijamin sistem keamanannya dan merupakan aplikasi yang terintegrasi dan dikemas dalam tampilan baru yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan serta kemudahan bagi nasabah Bank Mandiri dalam memperoleh informasi dan melakukan aktivitas transaksi keuangan. Dengan didukungnya teknologi yang semakin canggih dan teknologi tersebut dapat dimanfaatkan oleh industri perbankan maka aktivitas perbankan dapat diakses melalui *smartphone*.

Tetapi tidak semua nasabah Bank Mandiri sudah menggunakan dan tertarik untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking* tersebut. Tidak menutup kemungkinan nasabah berasumsi menggunakan *Mobile Banking* cenderung sulit untuk dioperasikan dan terjadi kendala di sistem aplikasi *mobile banking* tersebut.

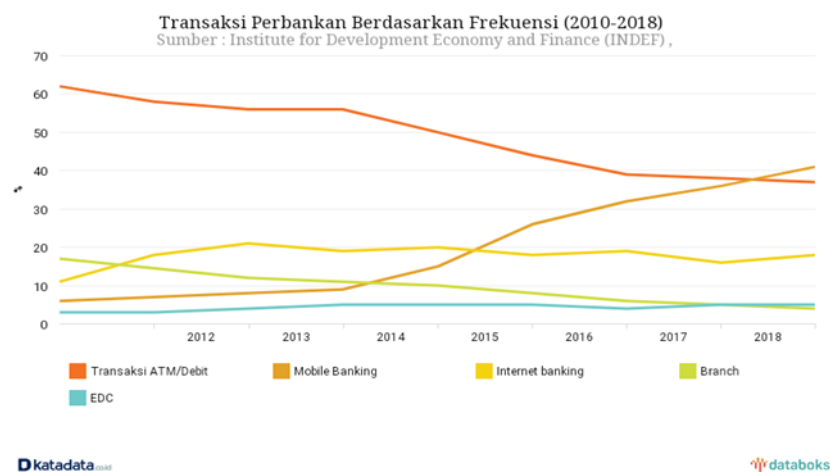
Namun dengan adanya inovasi dalam hal teknologi dengan cara bertransaksi secara online tersebut diharapkan dapat mengedukasi nasabah lebih lanjut dalam bertansaksi menggunakan *mobile banking* tersebut.

Meskipun banyak keuntungan yang didapat oleh nasabah, namun pada kenyataannya layanan ini sangat jarang digunakan oleh nasabah dan cenderung tidak diminati. Nasabah lebih senang melakukan transaksi via ATM atau dengan antri di bank. Pada kenyataannya jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia lebih sedikit dibanding dengan pengguna internet. Pengguna internet di Indonesia mencapai 25 juta dengan populasi 237.512.355 jiwa, sedang pengguna internet banking hanya sebanyak 424.063 di tahun 2004 (Kompas; 2012). Ini membuktikan bahwa, cukup banyak nasabah yang menggunakan internet namun tidak tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Masyarakat menganggap bahwa belum ada manfaat yang pasti yang dapat mereka rasakan dengan mengandalkan layanan ini, karena menurut mereka sistem ini terlalu rumit dan tidak terlihat secara fisik manfaatnya. Oleh sebab itu, memunculkan sebuah pertanyaan tentang bagaimana persepi manfaat penggunaan layanan *mobile banking* untuk para nasabah.

Kenyataannya banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *mobile banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan *smartphone*, faktor ini juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile*

banking. Nasabah yang tidak mampu menggunakan *smartphone*, akan mengalami kesulitan dalam mengoperasikan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, banyak nasabah yang cenderung memilih layanan ATM yang mudah penggunaannya dibandingkan dengan layanan *mobile banking*. Dengan demikian, ada hal-hal yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*, yaitu persepsi kemudahan penggunaan serta tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan *smartphone*. Maka dari itu nasabah untuk mendapatkan tingkat kepuasan tersebut akan mempertimbangkan manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*.

Gambar 1.1 Data Transaksi Digital



Sumber: *Institute for Development Economy and Finance (INDEF)*, 2019

Berdasarkan survey *Institute for Development Economy and Finance (INDEF, 2019)* mengutip riset DBS Bank yang menunjukkan sebanyak 41% frekuensi transaksi perbankan nasabah pada tahun 2018 adalah transaksi *mobile banking*. Angka tersebut meningkat hampir tujuh kali lipat dari tahun 2010 di

mana hanya 6% dari frekuensi transaksi perbankan melalui *mobile banking*. frekuensi transaksi perbankan yang menggunakan ATM pada 2018 sebesar 37%, turun tipis dibandingkan 2017 sebesar 38%. Namun dibandingkan dengan 2010 di mana 62% frekuensi transaksi perbankan adalah transaksi dengan menggunakan ATM, angka ini menunjukkan adanya penurunan sebesar 40,32%. Frekuensi transaksi melalui kantor cabang pada tahun 2018 hanya 4%. Data ini menunjukkan penurunan yang sangat tajam dibandingkan tahun 2010 sebesar 17% frekuensi transaksi melalui kantor cabang bank (www.katadata.co.id,2021).

Pada penelitian ini, peneliti mengambil studi pada layanan jasa perbankan *mobile banking* pada bank Mandiri. Mandiri berusaha melindungi pangsa pasar yang telah dikuasai dan menarik nasabah baru dengan menyediakan layanan berbasis online dan juga memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk melalui perkembangan digital membuat Mandiri harus meningkatkan untuk layanan yang lebih cepat, sekaligus bersaing dalam hal lainnya. Hal tersebut dilakukan karena *mobile banking* lebih efektif, efisien, produktif dan juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan melalui system penjualan yang jauh lebih efektif dari pada system konvensional. Berikut ini merupakan data Top Brand Index M-banking di Indonesia mulai tahun 2018-2020:

Tabel 1.1**Top Brand Index M-Banking Tahun 2018-2020**

Brand	2018	2019	2020
m-BCA	49,5%	44,5%	45,5%
m-Banking Mandiri	17,8%	16,6%	13,8%
BRI Mobile	14,6%	17,0%	20,5%
BNI Mobile	11,4%	12,3%	11,3%
CIMB Niaga Mobile	3,3%	3,4%	4,0%

Sumber: (www.Topbrand-award.com, 2021)

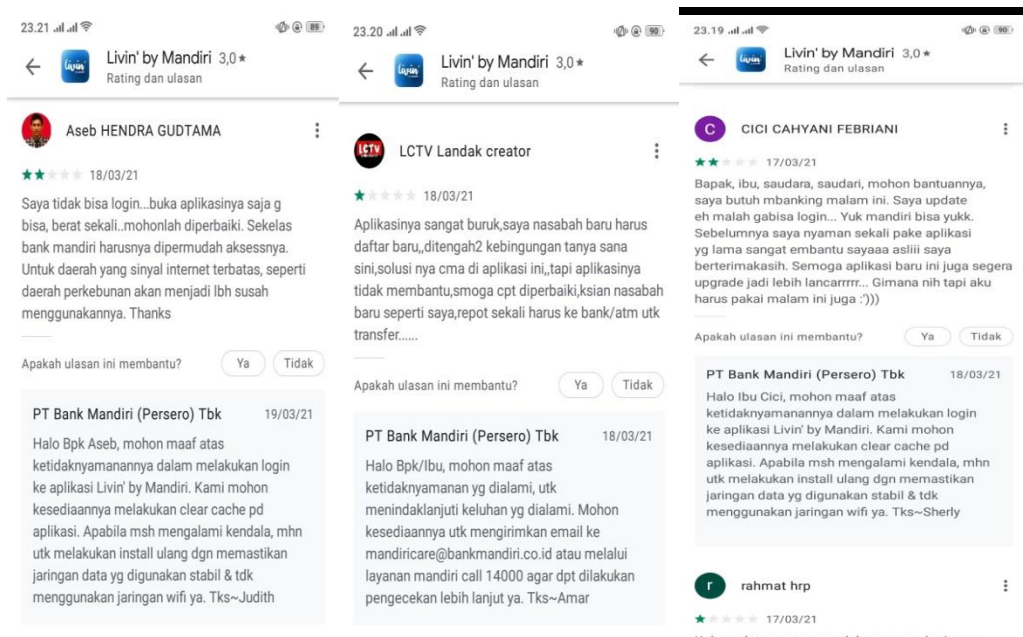
Dari table di atas, menunjukkan bahwa *mobile banking* Mandiri mengalami penurunan dari tahun 2018-2020 dimana dengan market share 17,8%, sedangkan 2019 turun menjadi 16,6% dan pada tahun 2020 turun 2,8% yaitu menjadi 13,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Mandiri kurang berhasil dalam memasarkan produknya sehingga brand tersebut menjadi kurang kuat di pasar dimana mengarah pada loyalty karena Top Brand Index (TBI) dihitung berdasarkan tiga parameter yang didapat dengan proses wawancara secara tatap muka dan menggunakan kuisioner terstruktur yang didesain khusus untuk dapat mengukur ketiga parameter Top Brand, yaitu Top of Mind, yang merupakan merek pertama yang disebutkan oleh responden saat kategori produk diutarakan, Last usage, merupakan merek terakhir yang digunakan/dikonsumsi oleh responden dalam satu siklus pembelian ulang. Dan Future intention, yaitu keinginan responden untuk

menggunakan/mengkonsumsi kembali di masa mendatang (www.topbrand-award.com,2021)

Mobile Banking Mandiri mengalami penurunan yang sangat signifikan dimana dalam penggunaan aplikasi mobile adanya kendala dalam mengoperasikan dan pengunduhan aplikasi tersebut. Dan masih ada keluhan yang dilontarkan saat menggunakan *mobile banking* Mandiri yang ditemukan dalam pengunduhan aplikasi *mobile banking* Mandiri di *play store*. Seperti susah log in ke akun pengguna, kemudian untuk nasabah baru yang hendak mendaftar dan menggunakan aplikasi tersebut sulit dalam mengakses nya. Cukup banyak nasabah yang merasa kurang puas terhadap layanan dari *mobile banking* Mandiri.

Adanya komentar negatif dari pengguna aplikasi menunjukkan bahwa nasabah belum merasakan kepuasan terhadap aplikasi *mobile banking* Mandiri. Berikut review aplikasi *mobile banking* Mandiri :

Gambar 1.2 Review aplikasi Mobile Banking Mandiri



Sumber : *Google Play Store*, 2021

Gambar 1.3 Jumlah review mobile banking Mandiri (play store)



Sumber : *Google Play Store*, 2021.

Dapat dilihat bahwa jumlah *review* pengguna *mobile banking* Mandiri yang diakses melalui *play store* menunjukkan *review* bintang 5 sebagai yang tertinggi. Dengan rating aplikasi mencapai 3,0, masih dapat ditemukan *review* pengguna yang masih belum merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah rating review bintang 1 dan bintang 2. Dengan masih banyaknya complain dan keluhan mengenai kinerja aplikasi ini, menunjukkan bahwa *mobile banking* Mandiri belum sepenuhnya memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah pengguna aplikasi tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Frimario Firmawan dan Marsono (2009) mengenai analisis faktor - faktor yang mempengaruhi kesuksesan penggunaan sistem informasi menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi (*system usage*). Sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan sistem informasi tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas yang terjadi pada *mobile banking* Mandiri, maka peneliti mengkaji mengenai persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap tingkat kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* yang berjudul **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA PT BANK MANDIRI PERSERO TBK, KANTOR CABANG PEMBANTU SURABAYA DARMO RAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?

2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menganalisis apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk mengkaji seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk bertransaksi.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk memperoleh informasi mengenai aplikasi *Mobile Banking*.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam rangka menginovasi kembali produk *Mobile Banking* supaya nasabah dapat terus tertarik dan sering bertransaksi menggunakan aplikasi *Mobile Banking* pada Bank Mandiri sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.