

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet dalam penggunaannya semakin meningkat di Indonesia sejalan dengan meningkatnya pengguna *mobile commerce* dan *sharing economy*, yang berhasil mendorong *demand* untuk sistem *mobile banking* di *smartphone*. Hal ini sejalan dengan penggunaan *smartphone* oleh masyarakat yang juga meningkat Ashsifa. Izza, (2020). Penggunaan internet di Indonesia seluruh wilayah, baik di perkotaan maupun perdesaan menunjukkan tren peningkatan. Ditunjukkan dalam periode 2021–2024, pada tahun 2021, sekitar 62,10 persen penduduk berusia lima tahun ke atas tercatat pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Jumlah ini meningkat menjadi 72,78 persen pada tahun 2024 (Statistik Telekomunikasi Indonesia. 2024).



Gambar 1. 1Persentase Penduduk Pengakses Internet 2021-2024

Sumber : Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024. Badan Pusat Statistik
Indonesia (2025)

Salah satu industri yang pasti terpengaruhi oleh perkembangan teknologi adalah perbankan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan layanan *mobile banking* dan *digital bank* yang menjadi pilar utama dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas nasabah. Menurut Albashrawi dalam Ashsifa (2019 : 1031–1043) fokus dari *mobile banking* adalah menghubungkan pengguna ke bank dari *smartphone* mereka untuk bertransaksi seperti informasi akun, pembayaran tagihan, transfer, dan lain-lain secara efektif, fleksibel, bisa dimanapun dan kapanpun. Penggunaan bank saat ini lebih banyak melalui *mobile banking* dan *digital bank* daripada ATM atau dengan pergi ke kantor cabang bank untuk sekedar melakukan transaksi atau pembayaran.

Menurut Shaikh *et al.*, dalam Sterjadovska. *et al.*, 2024 *Mobile banking* melibatkan layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat seluler seperti ponsel dan tablet yang menjadi media bagi nasabah dalam transaksi kapanpun, dimanapun. *Mobile banking* dikenal terfokus pada aspek *ease of use* atau nilai praktis di mana pengguna dapat mengelola keuangan secara terintegrasi melalui platform yang fleksibel, aman, serta desain yang berpusat pada pelanggan (*user-centric*). Evaluasi dalam sektor perbankan selalu menjadi sebuah tuntutan untuk dapat memberikan layanan *mobile banking* yang berkualitas dalam memberi pengalaman pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan tingginya kualitas layanan *mobile banking*, maka dapat memberi pengalaman pengguna dan kepuasan nasabah yang lebih baik untuk memilih tetap menggunakan layanan *mobile banking* tersebut (Budiman, et al 2020). Kemudahan yang diberikan oleh industri perbankan dalam layanan *mobile banking* ternyata belum sepenuhnya

memberi manfaat penuh bagi nasabah. Hal ini disebabkan oleh faktor masih terdapat nasabah yang belum memahami layanan *mobile banking* bahkan beberapa belum menyadari keberadaannya karena kurangnya mendapat sosialisasi tentang produk *mobile banking* itu sendiri (Lubis, 2021).

Selain *mobile banking* beberapa industri perbankan mengeluarkan bank digital (*digital bank*) untuk dapat bersaing dengan industri bank digital seperti Neo Bank, Bank Jago, Seabank, Line Bank, Jenius Bank, dan bank digital lainnya. Bank digital sendiri memiliki cakupan yang lebih luas daripada *mobile banking*. Dalam POJK No. 12/POJK.03/2021, *digital banking* adalah layanan perbankan yang memanfaatkan data nasabah untuk melayani secara lebih cepat, mandiri (*self-service*), dan daring secara keseluruhan. Digital banking ini mencakup *mobile banking*, *internet banking*, hingga pembukaan rekening yang tanpa mengharuskan ke kantor cabang. Sehingga hierarki perbandingan dari *mobile banking* dan *digital bank* yaitu jika *mobile banking* merupakan *channel* transaksi harian yang digunakan nasabah, sementara *digital banking* adalah transformasi digital perbankan yang mengintegrasikan berbagai saluran untuk menciptakan kemandirian nasabah, mencakup seluruh ekosistem perbankan (investasi, pinjaman digital, pembukaan akun) Alkhowaiter (2020) dapat dilihat pada halaman 4.



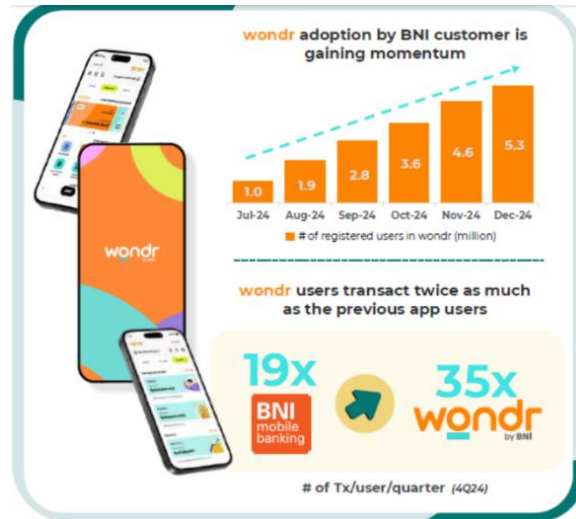
Gambar 1. 2 Transaksi Digital Banking di Indonesia tahun 2019 - 2024

Sumber : <https://indef.or.id/wp->

Aplikasi *mobile banking*, seperti my BCA milik bank BCA, *mobile banking*

BNI, BSI Mobile, dan BRI Mobile adalah layanan *mobile banking* dari adopsi digitalisasi. Adapun *digital bank* milik beberapa sektor perbankan antara lain seperti blu BCA, Livin Mandiri dan Wondr. Wondr by BNI yang dirancang ulang oleh Bank Negara Indonesia (BNI) adalah aplikasi atau *superapp* terbaru yang dikeluarkan pada 5 Juli 2024. BNI dengan resmi menciptakan sebagai “aplikasi perbankan digital” yang menggantikan *BNI Mobile Banking* lama yang akan ditutup secara bertahap sejak Juli 2025. Wondr by BNI sebagai hasil transformasi digital perbankan mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu platform (*Super App*) untuk memberikan pengalaman yang dipersonalisasi kepada nasabah. Menurut data dari website resmi BNI per Desember 2024, jumlah pengguna Wondr sudah mencapai 5,3 juta meskipun aplikasi ini baru dirilis pada pertengahan tahun 2024. Terhitung dari transaksi pengguna Wondr mencapai 35 kali lipat di setiap kuartal yang meningkat dari aplikasi BNI Mobile Banking sebelumnya yaitu 19 kali lipat (BNI). Menurut Laporan Keberlanjutan BNI 2024, BBNI tercatat laba bersihnya diperoleh Rp 21,46 triliun, yang meningkat 2,7% dari tahun 2023 (*year-on-*

year/yoy) saat itu laba bersihnya sebesar Rp 20,91 triliun.dapat dilihat dihalaman berikut ini.



Gambar 1. 3 Data Penggunaan Transaksi Wondr by BNI 2024

Sumber : Website BNI

Wondr by BNI memberi pengalaman dengan layanan utama berupa ; *insight* untuk analisis historis, *transaction* untuk pembayaran dan tagihan, dan *growth* untuk variasi banyak layanan menabung, rencana investasi masa depan finansial nasabah. Terdapat berbagai fitur disesuaikan dengan kebutuhan dan *lifestyle* pengguna lebih lengkap membuat memungkinkan nasabah melakukan transaksi tanpa batasan waktu dan lokasi yang dapat menambah kepuasan nasabah (Nguyen et al., 2022).



Gambar 1. 4 Tampilan awal dan beberapa system Wondr by BNI

Dalam konteks perbankan digital di Indonesia, BNI adalah termasuk bank BUMN telah mengintegrasikan Wondr sebagai platform *mobile banking* sekaligus *digital banking*. Salah satunya untuk menjangkau segmen mahasiswa, yang merupakan pengguna potensial dengan kebutuhan transaksi cepat dan aman. UPN Veteran Jawa Timur Adalah salah satu kampus mitra BNI. Dari adanya program kartu debit BNI Taplus Muda dan BNI Taplus Mahasiswa sebagai Kartu Tanda Mahasiswa (KTM). Hal ini menunjukkan bahwa kemitraan yang sudah berjalan selama kurang lebih lima tahun ini memiliki fokus pada layanan perbankan dan kartu mahasiswa terintegrasi. Selain itu peralihan dari Mobile Banking kepada aplikasi Wondr by BNI yang menyediakan layanan *mobile banking* sekaligus *digital bank* tentu mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap fitur dan *e- service quality* Wondr by BNI. Hal ini menjadikan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur sebagai populasi yang dapat mewakili generasi Z yang aktif dalam mengikuti digitalisasi perbankan dalam penggunaan Wondr by BNI.

E - Service quality yang dimiliki oleh Wondr by BNI belum sepenuhnya berhasil memenuhi kepuasan oleh para penggunanya. Sebagai bukti masih terdapat beberapa pengguna BNI yang melakukan protes di sosial media Bank BNI terkait proses adaptasi perpindahan dari aplikasi *mobile banking* BNI lama ke *Super App* Wondr BNI secara bertahap sejak Juli 2024. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya terdapat beberapa nasabah yang belum terlalu memahami lebih jauh terkait layanan dan fitur Wondr by BNI, nasabah yang sudah terbiasa dengan aplikasi BNI *mobile banking* versi lama, kurangnya sosialisasi terkait *product knowledge* Wondr by BNI, atau memang kurangnya tingkat *e-service quality* Wondr by BNI sehingga mempengaruhi pengalaman dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan terbarunya. Serta lebih memilih bank digital lain sebagai pilihan utama yang setiap saat digunakan, karena *e service quality* yang dimiliki lebih baik.

Keberhasilan *mobile banking* juga tidak sekadar ditentukan oleh inovasi teknis, ditentukan juga dengan kondisi layanan elektronik (*e-service quality*) dan pengalaman *user*. Dalam penelitian Emilia & Sanjaya, (2023), *E-Service Quality* yaitu layanan jaringan online yang menjadi ekspansi keandalan situs dalam memenuhi kegiatan jual beli, transaksi, dan proses kirim produk ataupun jasa yang efisien juga efektif. *E Service Quality* (E-SERVQUAL) model Parasuraman dalam Wardhana (2024) mencakup Efisiensi (*Efficiency*), ketersediaan Sistem (*system availability*), keamanan dan privasi (*privacy*), dan keandalan (*Fulfillment*). Dalam konteks digital, *user experience* mencakup kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, kecepatan akses, serta kenyamanan keseluruhan saat berinteraksi

dengan platform. Ketika pengalaman pengguna baik misal antarmuka yang intuitif, proses mulus, dan interaksi menyenangkan maka pengaruh positifnya *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan akan semakin diperkuat. Oleh karena itu perlu pengembangan *user experience* (UX) aplikasi yang tepat, karena *user experience* mempengaruhi niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) serta kepuasan pelanggan (Setiyawati & Bangkalang, 2022).

Penelitian menunjukkan persepsi pengguna terhadap pengalaman menggunakan pengguna (*user experience*) mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap layanan mobile banking (Siregar, *et al.*, 2025). Hal ini membuktikan bahwa pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem atau aplikasi digital tidak hanya mengandalkan persepsi fungsional sistem, tetapi juga mempengaruhi penilaian mereka terhadap kepuasan layanan secara emosional. Penelitian lain menunjukkan bahwa pelanggan yang puas lebih cenderung mengembangkan keterikatan emosional dan kepercayaan terhadap penyedia layanan, yang mengarah pada penggunaan berkelanjutan (Kaur & Arora, 2023). Dalam konteks mobile banking, kepuasan nasabah sangat dipengaruhi keandalan transaksi, juga *user experience* yaitu meliputi desain interface, estetika, responsivitas *customer service*, dan kenyamanan yang menjadi faktor krusial (Julika *et al.*, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Budiman. *et al.*, juga menggunakan metode kuantitatif menunjukkan bahwa Mandiri Mobile Banking dalam kualitasnya adalah berpengaruh positif signifikan untuk loyalitas pengguna sistem mandiri *online* melalui variabel kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian lain tentang *mobile banking* di Indonesia, yang dilakukan oleh Ashsifa (2020), telah

mengeksplorasi pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pelanggan, *privacy* sebagai variabel moderasi negatif dan personalisasi tidak berpengaruh signifikan. Kemudian penelitian oleh Rezkika Gusmiranda Siregar, et al., mengenai pengalaman pengguna (*user experience*) terdapat pengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggannya, sementara kualitas layanan elektronik juga terdapat signifikansi terhadap *customer loyalty* dan besar terhadap kepuasan pelanggan. *E service quality* yang digunakan disini bersifat variabel *first order* atau menjadi satu kesatuan variabel dependen. Penelitian oleh Al Firdaus dan Rachmawati (2024) tentang pengguna aplikasi Livin by Mandiri menghasilkan *e-service quality* berpengaruh signifikan serta signifikan terhadap *customer loyalty* lewat intervening *customer satisfaction*. Penelitian ini menandakan konteks mobile banking Indonesia, variabel *customer satisfaction* merupakan kunci yang menghubungkan kualitas layanan elektronik dengan perilaku positif seperti loyalitas dan niat penggunaan berkelanjutan.

Penelitian ini meneliti Wondr by BNI dalam pengaruh langsung kualitas *e-service quality*-nya sebagai variabel yang terdiri atas dimensi efisiensi, ketersediaan sistem, privasi, dan penenuhan terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), serta secara tidak langsung melalui pengalaman pengguna atau *user experience* (UX). Oleh karena itu, terdapat celah yang perlu diisi melalui penelitian empiris pada konteks pengguna BNI Mobile Banking yang baru yaitu *Super App Wondr by BNI*, mengingat pertumbuhan layanan digital BNI yang memiliki nilai tinggi di mata nasabahnya sejak dulu dan sekarang ini sedang melalui pembaruan dengan

perpindahan aplikasi secara bertahap yang memerlukan evaluasi khusus untuk meningkatkan kepuasan nasabah, peneliti tertarik mengambil penelitian tentang **“Pengaruh *E-Service Quality* (*Efficiency, System availability, Fulfillment, dan Privacy*) terhadap *Customer Satisfaction* dengan *User Experience* Sebagai Variabel Moderasi pada Pengguna Mobile Banking Wondr By BNI”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Efficiency* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
2. Apakah *System Availability* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
3. Apakah *Fulfillment* berpengaruh *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
4. Apakah *Privacy* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
5. Apakah *User Experience* memoderasi pengaruh *Efficiency* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
6. Apakah *User Experience* memoderasi pengaruh *System availability* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?
7. Apakah *User Experience* memoderasi pengaruh *Fulfillment* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?

8. Apakah *User Experience* memoderasi pengaruh *Privacy* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna mobile banking Wondr by BNI?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Efficiency* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *System availability* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Fulfillment* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BN
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Privacy* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *User Experience* memoderasi pengaruh *Efficiency* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *User Experience* dalam memoderasi pengaruh *System availability* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *User Experience* dalam memoderasi pengaruh *Fulfillment* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BN
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *User Experience* dalam memoderasi pengaruh *Privacy* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna mobile banking Wondr by BNI

1.4 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian memiliki kontribusi pada pengembangan pengetahuan Administrasi Bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran jasa perbankan digital.
2. Sebagai referensi atau acuan bagi peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian sejenis dengan topik *E-Service Quality*, *User Experience*, dan *Customer Satisfaction* di industri perbankan.
3. Mendukung peningkatan *E Service Quality* aplikasi perbankan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada pengalaman pengguna.
4. Memberikan informasi dan masukan kepada manajemen perusahaan terutama industri perbankan terkait *E-Service Quality* pada aplikasi m-banking dari perspektif pengguna layanan.
5. Memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan perbankan untuk meningkatkan layanan mobile banking.