

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan Teknologi Informasi (TI) saat ini berkembang dengan pesat dan semakin canggih. Salah satu bidang yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan tersebut adalah perbankan. Peran TI dalam sektor perbankan tidak dapat dipisahkan, karena hampir seluruh proses operasional dan pengolahan data mengandalkan teknologi tersebut. Tanpa dukungan TI, berbagai mekanisme dalam layanan perbankan tidak dapat berjalan secara optimal (Nawangsari dan Putri, 2020).

Perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam berbagai layanan, salah satunya adalah *mobile banking*. Layanan ini berupa aplikasi yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara langsung melalui *smartphone* dengan lebih praktis. Kemudahan yang ditawarkan *mobile banking* diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan perbankan. Setiap bank perlu terus berinovasi untuk mempertahankan keunggulan dan bersaing di industri perbankan (Nawangsari dan Putri, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat industri perbankan bersaing ketat dalam inovasi produk dan layanan elektronik perbankan. Kemampuan manajemen dalam mengadopsi teknologi baru sangat menentukan tingkat keberhasilan dalam pengembangan inovasi layanan. *Mobile Banking* merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan untuk melakukan transaksi keuangan perbankan melalui *smartphone* mulai dari cek

saldo, transfer dana, informasi dan layanan perbankan lainnya yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Industri perbankan mulai memaksimalkan pemanfaatan *smartphone* terhadap layanan *mobile banking* sebagai layanan yang menggunakan teknologi tinggi (Trisnawati dan Fahmi, 2017).

Kepuasan adalah perasaan seseorang dalam membandingkan harapan dengan hasil yang dirasakan. Kualitas layanan adalah tingkat perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan dan persepsi terhadap kinerja. Mengetahui harapan pelanggan adalah langkah penting dalam menentukan dan memberikan layanan berkualitas tinggi. Harapan pelanggan memainkan peran penting untuk menentukan evaluasi dan kepuasan kualitas layanan. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis mempertimbangkan kualitas layanan untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan ada empat cara, yaitu sistem keluhan dan usulan, survei kepuasan konsumen, konsumen samaran (*mystery guest*), dan analisis mantan pelanggan. Dalam pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, pelaku usaha harus mengukur langsung dengan berbagai pertanyaan mengenai pelayanan produk dan jasa yang diberikan, atau memberikan sarana agar pelanggan bisa menuliskan kritik atau saran serta meranking seberapa besar tingkat kepuasan yang pelanggan rasakan (Trisnawati dan Fahmi, 2017).

Citra tidak dapat diciptakan layaknya sebuah barang atau jasa, namun melalui proses dalam mempertahankan dan meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasa. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan saling berkaitan dan faktor yang penting bagi industri jasa.

Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa maka akan semakin meningkatkan citra dari perusahaan tersebut, dan juga sebaliknya (Abiyoso, dkk, 2018).

Untuk memenuhi kepuasan nasabah dalam perbankan maka kualitas pelayanan dinilai penting untuk dikelola dengan baik untuk mendapat kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah akan memberikan dampak baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang bagi perusahaan. Jika pelayanan serta sarana dan prasarana yang bank berikan melebihi harapannya dalam artian kecil kemungkinan bagi nasabah untuk beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung kembali menggunakan produk serta layanan bank yang dinilai mampu memberikan pelayanan yang memuaskan (Hernandez dan David, 2022).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank yang masuk dalam *TOP Brand award*. *BRI Mobile* merupakan suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* BRI yang dapat diakses melalui smartphone dengan aplikasi tambahan lainnya. *BRI Mobile* juga merupakan suatu aplikasi yang dapat memudahkan pengguna dalam melakukan suatu transaksi keuangan. Adapun berbagai macam aplikasi yang dapat mendukung kegiatan transaksi para nasabah yang terdapat dalam *BRI Mobile* di antaranya yaitu *Mobile Banking* BRI, *Internet Banking* BRI, *Call BRI*, serta *Info BRI* (PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk., 2022).

Tabel 1.1
Top Brand award Kategori E-Channel Tahun 2019-2023

<i>Mobile Banking</i>										
Merek	2019		2020		2021		2022		2023	
	TBI	TOP								
m-BCA	44.50%	TOP	45.50%	TOP	47.50%	TOP	47.40%	TOP	47.90%	TOP
BRI Mobile	17.00%	TOP	20.50%	TOP	17.00%	TOP	19.40%	TOP	19.80%	TOP
m-Banking Mandiri	16.60%	TOP	13.80%	TOP	14.00%	TOP	12.90%	TOP	13.00%	TOP
BNI Mobile	12.30%		11.30%		12.90%		11.20%		11.30%	
CIMB Niaga Mobile	3.40%		4.00%		4.10%		3.80%		4.20%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/>, Tahun 2023.

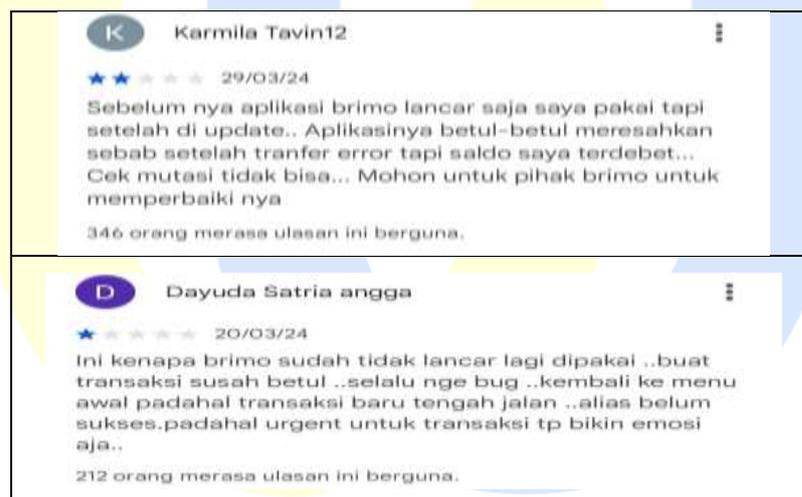
Pada tahun 2019 BRI *Mobile* menduduki peringkat kedua dengan presentase sebesar 17% mengalahkan m-Banking Mandiri dengan presentase 16,60%. Pada tahun 2020 BRI mengalami peningkatan menjadi 20,50% dari 17% dan masih berada di peringkat dua. Pada tahun berikutnya, walaupun masih berada di peringkat dua namun bank BRI mengalami penurunan menjadi 17% dari 20,50%. Berdasarkan tabel 1 tersebut menunjukkan skor *brand index* BRI *Mobile Banking* mengalami fluktuasi. Penggunaan yang cepat dan mudah akan membantu para nasabah, sehingga merasa lebih puas dalam menggunakannya. Disamping itu, apabila nasabah dapat mengetahui dengan baik risiko dan keuntungan yang akan didapatkan ketika menggunakan BRI *Mobile* serta merasa bahwa produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih untuk mengadopsi *mobile banking* tersebut.

Modus penipuan dengan mengatasnamakan pihak perbankan masih beredar di masyarakat. Salah satunya adalah beredarnya pesan singkat berisi informasi perubahan tarif transaksi menjadi Rp 150.000 per bulan serta link pengisian data pribadi. Adapun pesan singkat dari sumber yang tidak dapat dipertanggungjawabkan tersebut mengatasnamakan BRI. *Corporate Secretary* BRI Aestika Oryza Gunarto memastikan bahwa informasi tersebut tidak benar dan berasal dari sumber tidak resmi. Dia mengimbau nasabah BRI untuk waspada serta tidak melakukan memberikan data pribadi dan informasi lainnya melalui link dari sumber tidak resmi tersebut (www.cnbcindonesia.com, 2023).

Berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh *mobile banking* BRI sangat membantu para nasabah. Pelanggan dapat mengetahui informasi saldo, mentransfer dana baik sesama BRI maupun dengan Bank lain. BRI *Mobile* dapat digunakan untuk pembelian produk-produk yang pembayarannya menggunakan e-payment yang telah bekerja sama dengan *mobile banking* BRI, tentunya masih banyak lagi fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh BRI *Mobile* dalam menunjang aktivitas nasabah.

Banyaknya fasilitas yang diberikan melalui *mobile banking*, nyatanya banyak masyarakat yang kurang percaya mengenai kemudahan penggunaan dan tidak mendapatkan keuntungan dari penggunaan BRI *Mobile* tersebut, seperti adanya hacker ahli yang dapat mengambil informasi mengenai account pengguna yang dapat merugikan nasabah. Contohnya yaitu peristiwa yang pernah dialami oleh salah satu nasabah *mobile banking* bank BRI pada

akhir Februari lalu yang mengakses *mobile banking* untuk mengecek saldo, namun sayangnya hingga tiga kali transaksi tidak ada konfirmasi yang didapat melalui SMS. Pihak nasabah kemudian menelepon *call centre* bank BRI untuk menanyakan namun petugas *call centre* kurang menanggapi keluhan yang disampaikan nasabah *mobile banking* tersebut. Selain fenomena diatas, pihak bank BRI juga menetapkan kebijakan bahwa setiap notifikasi melalui SMS akan dikenakan pemotongan saldo sebesar Rp 500,- untuk setiap notifikasi *mobile banking* melalui SMS. Selain itu, pada pertengahan tahun 2021 ini terjadi kasus yang menimpa bank BRI yaitu hilangnya uang nasabah BRI yang menyebabkan kerugian hingga 1,5 milyar rupiah yang diduga menggunakan cara *skimming*, yaitu memindai data yang terdapat pada pita magnetik atau *magnetic stripe* (review Google Play Store). Terdapat beberapa permasalahan berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen, citra bank, *e-trust* dan *e-service quality* sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

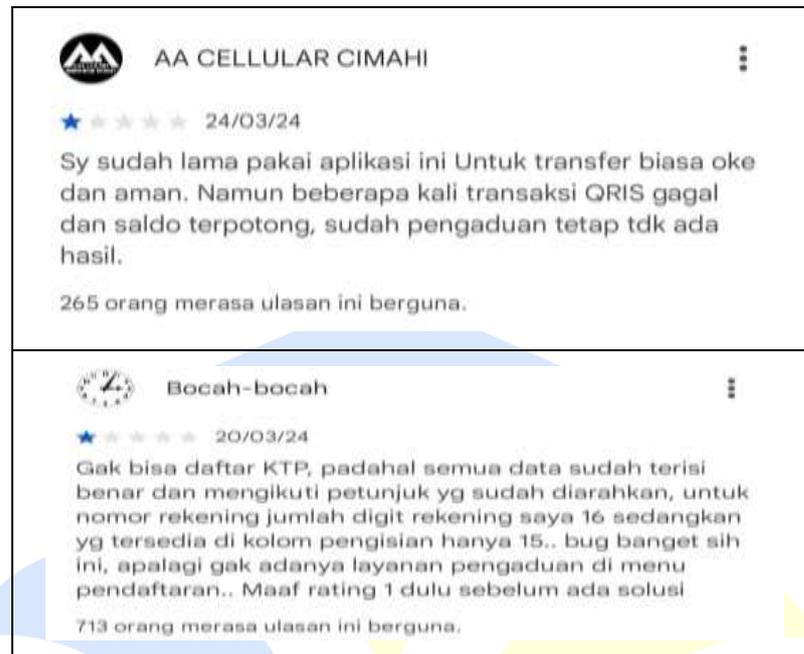


Sumber: Google Play Store, 2024.

Gambar 1.1
Review Kepuasan Nasabah Pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara

Berdasarkan gambar 1 diperoleh *review* kepuasan nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara bahwa nasabah merasa kurang puas saat menggunakan BRIMo dikarenakan aplikasinya yang tidak lancar, sering nge bug padahal nasabah sudah melakukan update aplikasi. Nasabah kurang puas karena BRIMo kembali ke menu awal saat nasabah sedang bertransaksi hilang begitu saja.

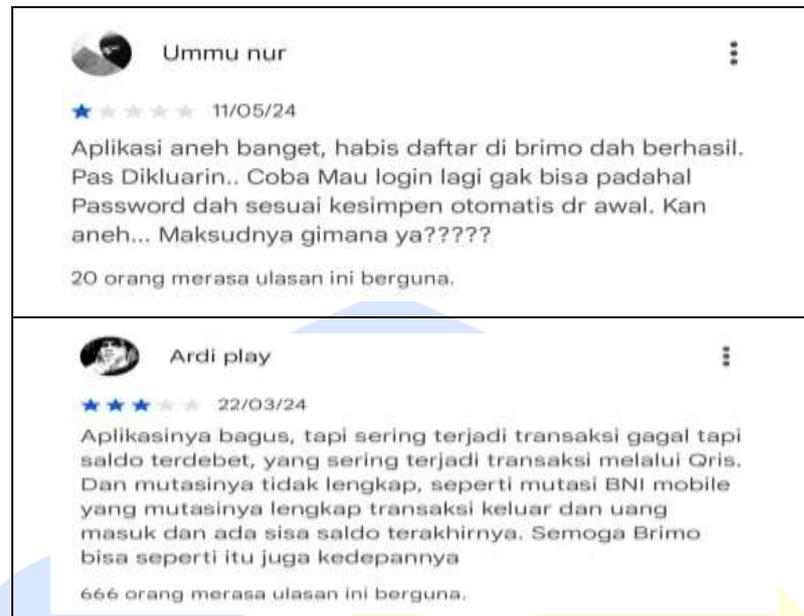
Permasalahan berupa ketidakpuasan nasabah juga dapat diketahui dari berita tentang gangguan penggunaan BRIMo bahwa aplikasi Bank Republik Indonesia (BRI) Mobile atau BRIMo mengalami gangguan/error pada hari Selasa (5/9/2023) Pukul 11.30 WIB. Nasabah yang terkena dampak akibat BRIMo mengalami gangguan (*maintenance*), telah membanjiri kolom komentar postingan terakhir Instagram @bankbri_id. Mereka mempertanyakan mengapa BRIMo *error* dan tidak bisa dibuka. Keluhan ini telah terjadi sejak satu jam yang lalu. Adapun gangguan yang terjadi pada BRIMo yakni tidak bisa login kelaman transaksi. Dimana ketika mencoba untuk login maka akan langsung muncul tulisan Mohon maaf, kami belum bisa memproses transaksimu. Jangan khawatir. Mohon tunggu beberapa saat untuk dapat menikmati kembali transaksi di aplikasi BRIMo (<https://sumsel.tribunnews.com>). Selanjutnya permasalahan pada variabel citra bank. Berikut ini adalah *review* citra Bank BRI di Kota Jepara.



Sumber: Google Play Store, 2024.

Gambar 1.2 **Review Citra BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara**

Berdasarkan gambar 2 diperoleh review citra Bank BRI oleh nasabah bahwa nasabah merasa citra Bank BRI kurang maksimal. Padahal nasabah sudah lama menggunakan aplikasi BRIMo, namun saat beberapa kali transaksi QRIS tidak berhasil terbayar padahal saldo sudah berkurang. Selanjutnya permasalahan pada variabel *e-trust*. Berikut ini adalah review *e-trust* nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.

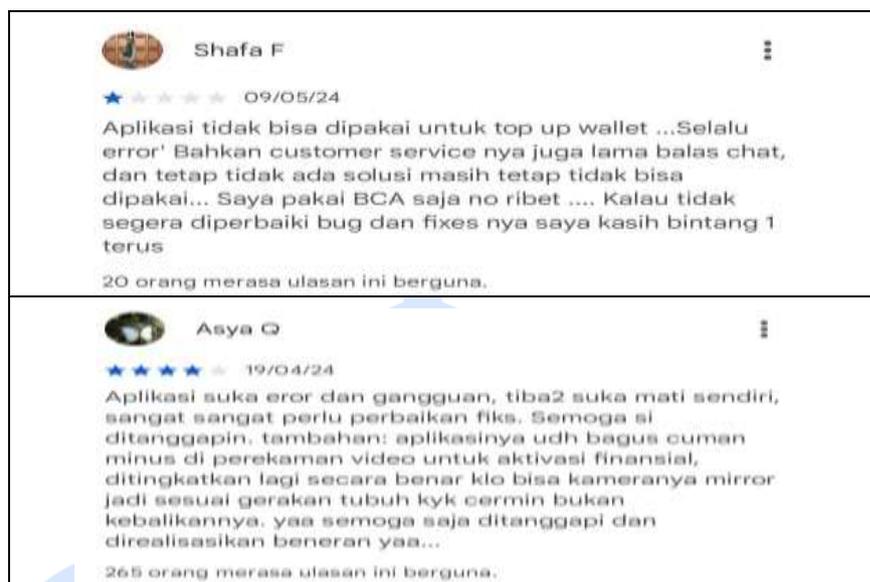


Sumber: Google Play Store, 2024.

Gambar 1.3

Review *E-Trust* Nasabah Pengguna BRI Mobile Banking di Kota Jepara

Berdasarkan gambar 3 diperoleh review *e-trust* nasabah pengguna BRI Mobile Banking di Kota Jepara bahwa nasabah merasa kurang percaya pada BRIMo karena nasabah telah berhasil daftar di BRIMo saat mau login tidak bisa padahal *password* sudah sesuai dan tersimpan secara otomatis dari awal. Selanjutnya permasalahan pada variabel *e-service quality*. Berikut ini adalah review *e-service quality* nasabah pengguna BRI Mobile Banking di Kota Jepara.



Sumber: Google Play Store, 2024.

Gambar 1.4

Review *E-Service Quality* Nasabah Pengguna *BRI Mobile Banking* di Kota Jepara

Berdasarkan gambar 4 diperoleh review *e- service quality* nasabah pengguna *BRI Mobile Banking* di Kota Jepara bahwa nasabah merasa kualitas pelayanan *BRIMo* belum sesuai harapan nasabah karena *BRIMo* tidak bisa dipakai untuk top up wallet selalu eror dan *customer servicenya* juga lama saat balas chat dan tidak ada solusi yang nyata.

Penelitian yang terkait dengan penelitian ini didukung adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) dari hasil penelitian terdahulu, dimana penelitian menurut Nawangsari dan Putri (2020) serta Fayumi dan Tjahjaningsih (2022) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif *E-Trust* terhadap citra bank. Sedangkan menurut penelitian, Nurutami, dkk (2021) tidak adanya pengaruh *E-Trust* terhadap citra bank. Hasil penelitian Nawangsari dan Putri (2020), Mandiri, dkk (2020), Haetami dan

Widodo (2021), serta Sari (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah. Namun menurut Pratiwi, dkk (2022) menunjukkan tidak adanya pengaruh *E-Trust* terhadap kepuasan nasabah. Pada variabel *E-Service Quality*, penelitian Nawangsari dan Putri (2020) serta Abiyoso, dkk (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif *E-Service Quality* terhadap citra bank. Namun menurut Putri dan Marlina (2021) menunjukkan tidak adanya pengaruh *E-Service Quality* terhadap citra bank. Penelitian Nawangsari dan Putri (2020), Budiman, dkk (2020), Mandiri, dkk (2020), Hernandez dan David (2022), Haetami dan Widodo (2021), serta Sari (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif *E-Service Quality* terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut Trisanawati dan Fahmi (2017) menunjukkan tidak adanya pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan nasabah. Peneliti Nawangsari dan Putri (2020) serta Nurutami, dkk (2021) menunjukkan adanya pengaruh positif citra bank terhadap kepuasan nasabah. Namun menurut Marsollina, dkk (2022) menunjukkan tidak adanya pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang, fenomena, dan reseach gap tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI *Mobile Banking* melalui Citra Bank sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara)”**.

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek dari penelitian ini adalah nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.
2. Penelitian ini mengangkat masalah mengenai apakah pengaruh *e-trust* dan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* melalui citra bank sebagai variabel intervening (studi pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara).
3. Waktu penelitian selama 3 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan tabel 1 tentang top *brand award* kategori *e-channel* menunjukkan skor *brand index* BRI *Mobile Banking* masih kalah dengan m-BCA. Fenomena yang terjadi pada BRI *Mobile Banking* memperlihatkan bahwa sering terjadi gangguan terhadap penggunaan *mobile banking* yang menyebabkan nasabah malas menggunakan fitur tersebut (*review* di *Google Playstore*, diakses 17 Mei 2024). Banyaknya berita penipuan yang menggunakan BRI *Mobile Banking* membuat para nasabah bank berpikir kembali untuk menggunakan *mobile banking* dan mengurangi kepercayaan nasabah. Salah satu keluhan nasabah adalah terjadinya gagal transaksi saat penggunaan BRI *Mobile Banking*, tapi secara otomatis akan terpotong dari pihak operator yang meliputi biaya admin dan jumlah yang ditransfer.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *e-trust* terhadap citra bank pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara?
2. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap citra bank pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara?
3. Bagaimana pengaruh *e-trust* terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara?
4. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara?
5. Bagaimana pengaruh citra bank terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh *e-trust* terhadap citra bank pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.
2. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap citra bank pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.
3. Untuk menganalisis pengaruh *e-trust* terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.
4. Untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.
5. Untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap kepuasan pada nasabah pengguna BRI *Mobile Banking* di Kota Jepara.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dalam penelitian yang berkaitan dengan topik diatas. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi yang tertarik akan bidang ini, dapat menjadi informasi, dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Sebagai pertimbangan bagi pihak BRI untuk referensi dalam meningkatkan dan memperkuat strategi perusahaan, serta mengantisipasi dan menyesuaikan dengan segala perkembangan yang terjadi dan permasalahan perusahaan dapat dengan tepat diatasi.