

# BAB I

## PENDAHULUAN

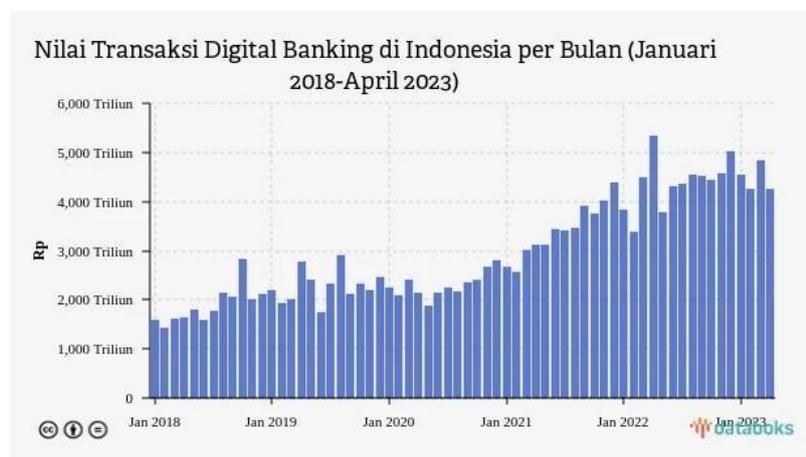
### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor jasa terus mengalami peningkatan yang signifikan berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Transformasi digital dalam industri perbankan, khususnya melalui *mobile banking*, telah mengubah secara fundamental cara nasabah berinteraksi dengan layanan keuangan (Ferozi Ramdana Irsyad et al. 2024). Melalui aplikasi di *smartphone*, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi secara *real-time*, mulai dari transfer uang, pembayaran tagihan, hingga investasi, tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. *Mobile banking* tidak hanya mempermudah akses, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan, terutama bagi masyarakat di daerah terpencil yang memiliki keterbatasan akses terhadap kantor cabang bank konvensional (Riza, Ibrahim, and Azhar 2022). Dengan inovasi yang terus berkembang, *mobile banking* menawarkan kenyamanan dan efisiensi sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi.

*Mobile banking* menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan fleksibilitas dalam bertransaksi dapat memproses transaksi serta respons dari aplikasi salah satu faktor penentu lainnya. Keamanan juga menjadi prioritas, dengan fitur seperti otentikasi dua faktor untuk melindungi data pengguna. Dukungan nasabah yang responsif dan beragam saluran komunikasi juga meningkatkan pengalaman pengguna. Layanan *mobile banking* dapat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Chiu, Bool, and Chiu 2017). Kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya berpotensi membangun loyalitas. Nasabah yang merasa puas dengan layanan *mobile banking* cenderung untuk melakukan lebih banyak transaksi dan tetap setia kepada bank. Kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* sangat penting dalam mempengaruhi perilaku loyalitas nasabah, nasabah yang puas dengan layanan cenderung lebih setia terhadap merek dan produk, serta kemungkinan besar akan merekomendasikan merek tersebut ke orang lain (Dawes 2024)

Pada saat ini, penggunaan *mobile banking* di Indonesia juga terus meningkat. Berdasarkan laporan (Bank Indonesia 2023), nilai transaksi digital banking di Indonesia

mencapai Rp 51.112 triliun pada tahun 2023, meningkat signifikan sebesar 43,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini diperkuat oleh temuan (APJII 2023) yang menunjukkan penetrasi pengguna *mobile banking* di Indonesia telah mencapai 82,5% dari total pengguna *smartphone*, dengan pertumbuhan tahunan 25,3%. Lebih lanjut, (Otoritas Jasa Keuangan 2023) melaporkan bahwa 73% nasabah perbankan di Indonesia telah menjadikan *mobile banking* sebagai saluran transaksi utama mereka, dengan rata-rata frekuensi penggunaan mencapai 15,3 kali per bulan per nasabah. Tren ini didukung oleh semakin mudahnya akses ke perangkat seluler dan internet di berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah terpencil.



Gambar 1.1 Transaksi Digital Banking di Indonesia Tahun 2018-2023

Sumber : [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan grafik nilai transaksi *digital banking* di Indonesia dari Januari 2018 hingga April 2023, terlihat adanya tren peningkatan yang signifikan. Meskipun terdapat fluktuasi, secara keseluruhan nilai transaksi menunjukkan pertumbuhan yang terus meningkat. Hal ini mencerminkan adopsi layanan *digital banking*, termasuk *mobile banking*, yang semakin luas di masyarakat. Peningkatan ini dipicu oleh perkembangan teknologi keuangan, seperti aplikasi perbankan seluler, sistem pembayaran elektronik, dan perbankan *online*, yang memberikan kemudahan dan efisiensi. Selain itu, inovasi dalam dunia perbankan, seperti teknologi keamanan canggih, membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital. Transformasi ini tidak hanya menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional bank dan memengaruhi kinerja keuangan mereka (Khalifaturofi'ah 2023).

Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat pertama di antara negara

anggota ASEAN dalam hal jumlah pengguna aplikasi *mobile banking* dengan peningkatan sebesar 44% dari tahun sebelumnya dan diprediksi terus meningkat. Banyak bank di Indonesia bersaing untuk menjadi yang terbaik dalam hal layanan *mobile banking* dan telah dilakukan untuk niat penggunaan *mobile banking* serta memeriksa faktor-faktor yang memengaruhi inovasi dan perilaku adopsi dalam aplikasi *mobile banking*. *Financial technology* juga memberikan solusi bagi masyarakat yang kurang dilayani oleh bank dalam membuka rekening atau mengakses layanan keuangan (Rahmi and Handayani 2023).

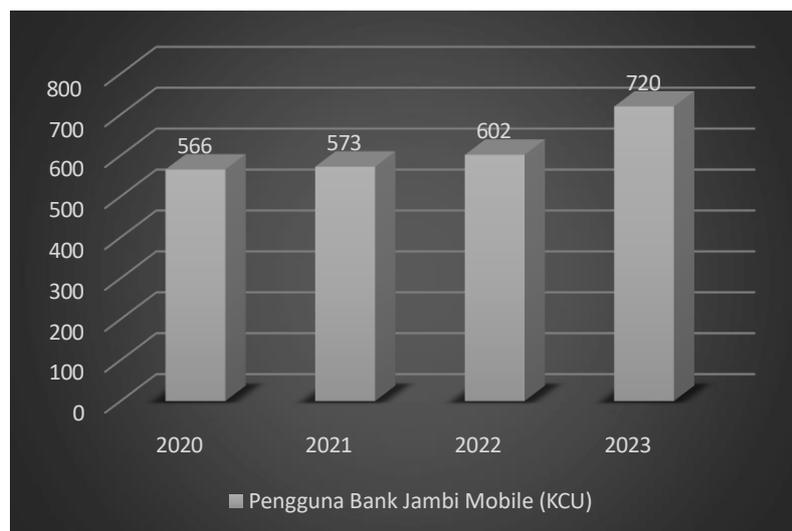
Di Provinsi Jambi, perkembangan ekosistem perbankan digital menunjukkan dinamika yang menarik. Survei (Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jambi 2023) mengungkapkan bahwa penetrasi *mobile banking* di provinsi ini mencapai 62,3% dari total nasabah perbankan, dengan pertumbuhan volume transaksi sebesar 71,5% *year-on-year*. Total nilai transaksi *mobile banking* di Provinsi Jambi pada tahun 2023 mencapai Rp 15,7 triliun, menunjukkan peningkatan yang substansial dari Rp 9,2 triliun pada tahun sebelumnya.

Lanskap perbankan digital di Provinsi Jambi saat ini diwarnai oleh kehadiran 12 bank yang menawarkan layanan *mobile banking*, masing-masing dengan keunggulan kompetitif tersendiri. Bank Pembangunan Daerah Jambi, melalui aplikasi *Bank Jambi Mobile*, menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan dengan peningkatan basis pengguna sebesar 27,2% dari tahun sebelumnya. Bank nasional seperti Mandiri, BNI, dan BRI juga mencatat pertumbuhan signifikan, dengan market share gabungan mencapai 65,8% dari total transaksi *mobile banking* di Provinsi Jambi.

Berdasarkan data Statistik Sistem Pembayaran (Bank Indonesia 2023) dan Statistik Perbankan Daerah OJK Regional 2 Jambi Tahun 2023, penetrasi *mobile banking* di Provinsi Jambi menunjukkan perkembangan yang signifikan. Data menunjukkan bahwa 83,7% nasabah perbankan di Jambi telah memiliki *smartphone*, dengan 66,5% di antaranya telah mengadopsi *mobile banking*. Sebanyak 57,2% pengguna aktif melakukan transaksi minimal sekali dalam seminggu, dan 71,8% nasabah menginginkan fitur yang lebih beragam serta terintegrasi dengan layanan publik daerah.

Data pendukung peningkatan *mobile banking* lainnya yaitu salah satu bank yang telah memberikan layanan *mobile banking* pada pelanggannya adalah Bank 9 Jambi. Sebagai bagian dari transformasi digital industri perbankan, *Bank Jambi Mobile* mengadopsi strategi ini dengan meluncurkan aplikasi *Bank Jambi Mobile*. Aplikasi ini

dirancang untuk memberikan kemudahan akses kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, dan aktivitas perbankan lainnya, langsung dari perangkat *mobile* mereka. Dengan menerapkan layanan *mobile banking*, *Bank Jambi Mobile* bertujuan untuk meningkatkan aplikasi mereka kepada nasabahnya, serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Melalui aplikasi *Bank Jambi Mobile*, nasabah dapat mengakses aplikasi perbankan kapan pun dan di mana pun mereka berada, tanpa harus mengunjungi kantor cabang atau mesin ATM. Ini memberikan fleksibilitas dan kenyamanan yang tinggi bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka sehari-hari. Aplikasi *Bank Jambi Mobile* saat ini sudah diunduh sebanyak kurang lebih 100 ribu unduhan dan memiliki rating 3,1 dari 5 dengan kurang lebih seribu ulasan negatif dan positif dari penggunanya.



Gambar 1.2 Pengguna Bank Jambi Mobile Tahun 2020-2023

Sumber : *Bank Jambi Mobile KCU*

Berdasarkan grafik diatas pada tahun 2020, nilai dari pengguna *bank jambi mobile* adalah 566 unit. Nilai ini meningkat menjadi 573 unit di tahun 2021, kemudian naik lagi menjadi 602 unit di tahun 2022. Grafik menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2023, mencapai 720 unit. Grafik ini menggambarkan pertumbuhan nilai pengguna *bank jambi mobile* selama periode empat tahun dari 2020 hingga 2022 mengalami peningkatan yang stabil dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang signifikan.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2018 mengenai Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, layanan perbankan digital didefinisikan sebagai layanan perbankan elektronik yang memanfaatkan data nasabah untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk bertransaksi secara mandiri, namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Menurut (Suryani 2017), kualitas layanan *electronic banking* dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu efisiensi, pemenuhan janji, ketersediaan sistem, privasi, jaminan atau kepercayaan, serta estetika tampilan situs. Sementara itu, Solomon (Priansa, 2017) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi keseluruhan pelanggan terhadap produk atau layanan yang telah mereka gunakan. Indikator kepuasan pelanggan mencakup harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, konfirmasi, dan diskonfirmasi. Loyalitas pelanggan atau kesetiaan didefinisikan oleh (Kotler and Keller 2017) sebagai komitmen pelanggan yang kuat untuk terus membeli produk atau jasa di masa depan. Loyalitas ini juga dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bersedia melakukan pembelian ulang atas produk atau layanan yang pernah mereka gunakan. Karakteristik loyalitas pelanggan meliputi pembelian secara rutin, pembelian produk di luar lini utama, rekomendasi kepada orang lain, serta ketahanan terhadap persaingan, bahkan ketika terdapat tawaran yang lebih menarik dari kompetitor (Dika Setiagraha, Ilham Prawidi Sakti, and Batin 2023).

Hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dengan loyalitas nasabah sangat erat. Akses cepat dan mudah melalui aplikasi *mobile banking* meningkatkan kenyamanan dan keterikatan nasabah dengan bank. Pengalaman pengguna yang positif, seperti antarmuka sederhana dan fitur yang mudah digunakan, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka. Berbagai fitur, seperti pembayaran tagihan, transfer antar bank, pengecekan saldo *real-time*, dan pengajuan pinjaman, memberikan kemudahan yang memenuhi kebutuhan nasabah, mendorong mereka untuk tetap menjalin hubungan dengan bank. *Mobile banking* juga memungkinkan komunikasi yang lebih efektif melalui informasi terkini, promosi, dan pengingat relevan, yang meningkatkan kepuasan sekaligus mempererat hubungan emosional.

Kualitas layanan dan kepuasan nasabah saling berkaitan erat. Layanan yang andal, responsif, dan penuh empati memenuhi harapan nasabah, menciptakan kepuasan yang mendorong loyalitas. Kepuasan nasabah yang tinggi membuat mereka lebih cenderung

melakukan pembelian ulang, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar bank.

Loyalitas pelanggan mengarah kepada kecenderungan nasabah untuk terus membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tertentu (Bae 2016). Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai keinginan nasabah untuk terus menggunakan layanan perusahaan tertentu dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Dengan itu dapat membangun kepercayaan nasabah dengan memberikan kualitas layanan yang memuaskan akan memperkuat loyalitas dari pelanggan itu sendiri (Sann, Pimpohnsakun, and Booncharoen 2024).

Pertumbuhan *e-commerce* dan pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh kehadiran *mobile banking*. Kemudahan yang ditawarkan membuat pengguna lebih memilih berbelanja *online*, melakukan pembayaran dengan cepat, dan aman melalui aplikasi *mobile*. Integrasi dengan teknologi lain, seperti dompet digital, semakin memperkuat posisi *mobile banking* sebagai metode transaksi yang efisien (Ketema, Eyob; Selassie 2020).

Selama pandemi COVID-19, layanan digital, termasuk *mobile banking*, semakin diminati karena membantu nasabah menghindari kerumunan dan menjaga jarak fisik. Hal ini menunjukkan peningkatan kebutuhan akan layanan *mobile banking*. Meski menawarkan banyak keuntungan, tantangan seperti kesulitan memahami teknologi dan kekhawatiran akan keamanan data pribadi tetap ada. Untuk mengatasi hal ini, bank perlu memberikan edukasi, dukungan, serta meningkatkan keamanan sistem agar nasabah merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan ini secara optimal (Naeem, Ozuem, and Ward 2022).

Pemilihan Bank Pembangunan Daerah Jambi sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, Bank Jambi memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah, dengan kontribusi signifikan terhadap PAD sebesar Rp 235 miliar pada 2023 dan jaringan layanan di 11 kabupaten/kota. Kedua, Bank Jambi berkomitmen pada transformasi digital, dengan investasi Rp 125 miliar dalam infrastruktur *digital banking* pada 2020-2023, yang mengarah pada peningkatan signifikan adopsi layanan digital dan pertumbuhan pengguna *Bank Jambi Mobile*. Ketiga, karakteristik nasabah yang unik, di mana sebagian besar adalah penduduk lokal yang lebih menyukai layanan personal namun membutuhkan pendampingan dalam layanan digital,

memberikan tantangan dan peluang dalam mengembangkan layanan *mobile banking* yang lebih sesuai dengan kebutuhan lokal. Dengan peran strategis dan dinamika transformasi digital, Bank Jambi menjadi objek penelitian yang relevan untuk memahami adopsi layanan digital perbankan di tingkat regional.

Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. (Chiu et al. 2017) menyatakan bahwa layanan yang responsif dan mudah digunakan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian oleh (Rahmi and Handayani 2023) menunjukkan bahwa *mobile banking* berperan penting dalam meningkatkan efisiensi layanan perbankan dan kepuasan nasabah. Dan penelitian oleh (Skaf et al. 2024) menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dapat secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan.

Dari rangkaian penelitian terdahulu tersebut, terdapat beberapa celah penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Pertama, mayoritas studi yang ada masih terfokus pada implementasi *mobile banking* di bank-bank nasional, sementara dinamika adopsi teknologi digital di bank daerah memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda. Kedua, belum ada penelitian komprehensif yang secara khusus menganalisis interelasi antara kualitas layanan *mobile banking*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah dalam konteks bank daerah di Provinsi Jambi. Ketiga, faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile banking* di wilayah pinggiran kota dan pedesaan jambi, dengan karakteristik sosio-ekonomi yang unik, belum diteliti secara mendalam.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini mengambil judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAMBI KANTOR CABANG UTAMA". Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengisi celah dalam literatur akademik mengenai implementasi *mobile banking* di bank daerah, tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi layanan digital yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik nasabah di Provinsi Jambi. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi bank daerah lainnya dalam mengoptimalkan layanan *mobile banking* mereka, sekaligus mendukung agenda transformasi digital perbankan daerah di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Jambi Mobile?**
- 2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Jambi Mobile?**
- 3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank Jambi Mobile?**
- 4. Apakah Kepuasan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah di Bank Jambi Mobile?**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat mengambil pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Jambi Mobile.
2. Untuk dapat menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Jambi Mobile.
3. Untuk dapat mengamati pengaruh antara kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah di Bank Jambi Mobile.
4. Untuk menganalisis peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam hubungan kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah di Bank Jambi Mobile.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Menambah wawasan dan pemahaman dalam bidang manajemen perbankan, khususnya terkait dengan hubungan antara kualitas layanan *mobile banking*, kepuasan, dan loyalitas nasabah.
2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada topik serupa, terutama dalam konteks perbankan daerah.
3. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait kualitas layanan digital di sektor perbankan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan masukan bagi Bank Jambi Mobile dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan layanan dan peningkatan interaksi dengan nasabah.

Meningkatkan daya saing bank melalui pengembangan fitur layanan *mobile banking* yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah.