

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan saat ini berkembang semakin rinci dengan berbagai bentuk penyempurnaan dalam kebijakan mengikuti perubahan undang – undang yang kini berlaku. Salah satu implementasinya dapat dilihat pada pengertian umum dari suatu bank yang terus berubah hingga didapat kesepakatan terbaru berdasarkan Undang-undang No.7/1992 yang telah diubah dan disempurnakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Undang – Undang No.10/1998, yaitu bank diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Arus persaingan bisnis dalam perbankan kini tidak lagi hanya dikuasai oleh bank – bank pemerintah seperti BRI, BNI, BTN, ataupun Bank Mandiri juga merupakan suatu bentuk nyata kompleksitas dunia perbankan saat ini. Bank swasta dan asing seperti Bank Danamon, Bank Niaga, Citibank, Bank Permata, BCA, HSBC dan lainnya sudah ikut meramaikan persaingan Lembaga keuangan bank dalam usahanya mencari nasabah baru dengan mempertahankan nasabah lama. Ketatnya persaingan bisnis dan perihail pengambilan keputusan menjadi nasabah suatu bank kini mutlak berada di tangan masing-masing konsumen telah membuat persaingan pemain dalam dunia perbankan perlu bekerja ekstra keras dalam melakukan sebuah ekspansi pasar. Penawaran akan suatu produk dan jasa yang inovatif akan memudahkan mobilitas seorang nasabah dengan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap dari *Human Resoueces* profesional akan penggunaan teknologi canggih yang modern dan membangun *image* positif perusahaan di mata konsumen dengan *relationship* yang baik, tidak akan menjamin suatu lembaga keuangan langsung dilirik calon nasabah sebagai tempat menyimpan maupun memperbanyak uang mereka.

Persaingan antar bank dalam mendapatkan nasabah saat ini sudah memulai era yang baru, dimana bank dengan teknologi yang maju serta

pelayanan yang baik akan lebih mudah mendapatkan nasabah baru. Produk-produk berbau digital mulai dikeluarkan bank-bank besar supaya sejalan dengan perkembangan zaman yang bertujuan memudahkan transaksi keseharian yang dapat membuat nasabah tergiur untuk menjadi nasabah dari bank terkait (Irsyadmemoirs, 2009 dalam Al-gunain 2010). Konsumen Indonesia beranggapan bahwa dengan menggunakan suatu produk-jasa tertentu dengan tampilan berbeda serta tambahan iringan hadiah, baik yang diperoleh langsung maupun tidak langsung, akan membawa kepuasan tersendiri yang berarti bahwa konsumen bersangkutan telah melakukan belanja cermat. Hal inilah yang membuat bank berinovasi dan bersaing membuat aplikasi *mobile banking* yang mudah digunakan dan memiliki banyak manfaat untuk konsumen. Produk Pelayanan digital yang berkualitas dianggap sebagai salah satu gambaran bagaimana perusahaan dapat memberikan pelayan lebih untuk konsumen yang menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi kesehariannya.

Kualitas akan turut berpengaruh dalam penilaian oleh konsumen atau nasabah, menurut Kotler dan Amstrong (2008;32). Kualitas merupakan karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten, sedangkan menurut Tjiptono (2008;65) kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan, sedangkan menurut Garvin dan Timpe (1990 dalam Alma,2011;28) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas produk sebenarnya (Hermana, 2010;67).

Kemudahan produk tertentu akan berbanding lurus dengan keinginan nasabah dalam menentukan pilihan, menurut Irawan (2008: 39) kemudahan didefinisikan dengan pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Produk dengan fitur bagus akan menjadi lebih diminati jika memiliki kemudahan

dalam penggunaannya dalam kehidupan keseharian dengan manfaat yang langsung terasa keuntungannya oleh pengguna produk tersebut (Mubiyantoro, 2013).

Bank pemerintah di Indonesia maupun swasta mulai berlomba-lomba dalam meluncurkan teknologi Mobile Banking, Bank Central Asia (BCA) contohnya, menjadi salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, BCA menjadi pelopor pertama yang meluncurkan aplikasi *Mobile Banking* di Indonesia. Aplikasi layanan *Mobile Banking* BCA dikenal dengan nama awal *m-BCA (top brand-award, 2014)*. Seterusnya, BRI, Bank Mandiri, BII dan CIMB Niaga mulai meluncurkan layanan aplikasi ini masing-masing.

Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bersaing dalam segala hal, menciptakan produk yang berkualitas yang lebih dari persepsi konsumen merupakan salah satu kunci yang bisa digunakan untuk memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada nasabah. Hal inilah yang dilakukan oleh Bank DKI sebagai bank milik pemerintah daerah Ibu kota Jakarta yang berdiri sejak tahun 1961 ini yang mencoba memberikan pelayanan mudah untuk para nasabahnya dalam bentuk aplikasi *Mobile Banking* yang bernama *JakOne Mobile* (Republika, 2017).

Bank DKI dengan produk *Mobile Banking* nya yang awal bernama *Jak Mobile* kini mulai disempurnakan menjadi *JakOne Mobile* dengan fitur yang lebih lengkap dan lebih menjual dari produk *M-Banking* sebelumnya. Aplikasi ini adalah jawaban dari Bank DKI dalam berinovasi dan membantu wilayah khususnya DKI Jakarta dalam era menuju transaksi *cashless* (Misi bank DKI).

Faktor-faktor diatas dapat mempengaruhi calon nasabah dalam memilih bank untuk dijadikan tempat menabung dan bertransaksi keperluan sehari-hari. Dengan faktor tersebut, peneliti memutuskan melakukan sebuah penelitian terkait dengan judul ;

## **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN *MOBILE BANKING (JAKONE MOBILE)* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK DKI”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diurai diatas, maka disimpulkan perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah Bank DKI ?
2. Apakah Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah Bank DKI?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh positif dari Kualitas Produk JakOne Mobile terhadap kepuasan nasabah bank DKI Cab. Pintu Besar Selatan.
2. Pengaruh positif Kemudahan aplikasi JakOne Mobile terhadap kepuasan nasabah bank DKI Cab. Pintu Besar Selatan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini di harapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

#### a) Bagi peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya bidang pemasaran, menambah wawasan berpikir dan mengerti akan nilai kepuasan dari nasabah akan suatu produk baru bank.

#### b) Bagi praktik–praktik professional

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan yang bermanfaat dalam pertimbangan memilih mobile banking yang bagus dan baik untuk dijadikan aplikasi pilihan transaksi keseharian.

#### c) Bagi pengembang disiplin ilmu terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap riset terbaru dalam hal Pemasaran produk *Mobile Banking* khususnya *JakOne Mobile* dimasa mendatang.