

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini banyak orang yang sudah menggunakan *mobile banking*. Kemajuan teknologi digital dalam bidang informasi dan telekomunikasi telah mendorong pertumbuhan pasar di seluruh dunia. Selain kemajuan teknologi digital, dunia bisnis juga membangun operasi untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dari potensi online dengan cara mengembangkan aplikasi seluler baru yang lebih inovatif (Mutahar, 2017). Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Dalam menampilkan sebuah keunggulan, perusahaan jasa seperti perbankan selalu menawarkan berbagai kemudahan layanan untuk memperoleh dan mempertahankan nasabah mereka yang tentunya dengan menggunakan daya dukung teknologi informasi. Salah satu layanan perbankan yang menggunakan perkembangan teknologi adalah *mobile banking*. (Priestiani Putri Rahayu, 2019)

Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia No.18/9/PBI/2016 mengeluarkan Peraturan dan Pengawasan Sistem pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah pasal 5 bahwa pengaturan sistem pembayaran mencakup antara lain instrument pembayaran, kelembagaan, mekanisme penyelenggaraan sistem pembayaran dan, infrastruktur. Pengaturan instrument pembayaran dapat diselenggarakan atau diterbitkan oleh penyelenggara jasa sistem pembayaran baik berbasis kartu, media elektronik, maupun media lainnya antara lain cek, blyet giro, cek pelawat, international money order , kartu kredit, kartu ATM debit, uang elektronik, mobile banking dan sejenis lainnya. (Adiwijaya, 2018)

Otoritas Jasa Keuangan telah mencatat lonjakan penggunaan *mobile banking* pada tahun 2021 hingga 300 persen. Salah satu pemicunya karena

efek pandemi covid dan masifnya pengembangan layanan produk digital perbankan. (Anggie Ariesta,2021). Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum dijelaskan bahwa *mobile banking* merupakan bagian dari perbankan digital. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui perangkat elektronik berupa ponsel atau smartphone. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2018).

Bank-bank digital sudah bermunculan di Tanah Air, dalam menghadapi era digital banking industri perbankan berlomba untuk terus menyempurnakan layanan *mobile banking* mereka. Objek dalam penelitian ini adalah PT Bank Mandiri Persero Tbk. Bank Mandiri merupakan salah satu bank konvensional milik pemerintah yang memanfaatkan inovasi teknologi. Layanan *mobile banking* Bank Mandiri belakangan ini telah melakukan inovasi dengan meluncurkan aplikasi *mobile banking* versi baru yaitu *livin*. *Livin* versi 1.0 diluncurkan pada Maret 2020 dimana fiturnya sudah lebih lengkap dibandingkan Mandiri Online dan lebih relevan untuk memenuhi kebutuhan layanan perbankan di masa sekarang (Hutauruk, 2021). Bank Mandiri melakukan penambahan fitur yang terus terjadi pada aplikasi *Livin*. Oleh sebab itu, seri upgrade aplikasi *Livin* 2.0 hadir pada awal Oktober tahun 2021 (Rangga Wijaya, 2021).

Dalam menunjang kegiatan operasional nasabah, Bank Mandiri memiliki unit *digital banking* yang mengelola produk dan pengembangan produk-produk e-channel untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Adopsi teknologi digital di Bank Mandiri diantaranya *mobile banking Livin'* by Mandiri, Mandiri *e-money*, LinkAja, dan Mandiri SMS (*Layanan E-Channel / E-Banking*, 2022). Dari beberapa produk dan layanan digital banking yang dimiliki Bank Mandiri, penelitian ini berfokus pada layanan aplikasi *mobile banking Livin*. Alasan penulis memilih topik tentang *mobile banking* karena pada kenyataannya *mobile banking Livin* Bank

Mandiri sering mengalami gangguan sistem layanan. Sehingga hal tersebut membuat nasabah ragu-ragu untuk menggunakan.

Berdasarkan data Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2021 dari MRI, menunjukkan bahwa *mobile banking* Bank Mandiri berada di peringkat ke-4 setelah Bank BNI, BCA, dan BRI dari 10 Bank dengan performa terbaik di tahun 2020-2021. Pertumbuhan performa *mobile banking* Bank Mandiri di dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2020 sebanyak 86,40% dan pada tahun 2021 sebanyak 87,26% (Detik News, 2021).

Berdasarkan informasi data performance Bank Mandiri Region IV Area Jakarta Jatinegara Timur terdiri dari 16 kantor cabang yang tersebar di beberapa wilayah Jakarta Timur. Penelitian ini hanya berfokus pada nasabah Bank Mandiri KCP Jakarta RS Persahabatan. Penulis memilih Bank Mandiri KCP Jakarta RS Persahabatan sebagai lokasi objek penelitian karena penulis ingin mengetahui sejauh mana pengetahuan nasabah bank mandiri kantor cabang Jakarta RS Persahabatan memahami tentang layanan *mobile banking* dan sejauh mana kualitas produk dan kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* ketika nasabah bertransaksi menggunakan layanan tersebut.

**Tabel 1.1 Performance Livin' KCP Jakarta**

User Aktif / Livin 1.0		User Aktif / Livin 2.0	
Realisasi Maret 2020 - Juli 2020	1.212	Realisasi Oktober 2021 - Februari 2022	408

Sumber : *Performance Livin' by Mandiri (2020-2022)*

Berdasarkan pada data performance new livin, hasil perbandingan jumlah pengguna *mobile banking* dalam 5 bulan pertama versi 1.0 dengan livin versi 2.0 di Mandiri KCP Jakarta RS Persahabatan. Pada 5 bulan pertama livin 1.0 terdapat 1.212 pengguna. Sedangkan pada livin 2.0 user register pada 5 bulan pertama hanya sebanyak 408 pengguna. Dapat disimpulkan pada 5 bulan pertama setelah diluncurkan realita pengguna

*mobile banking* livin 2.0 di Bank Mandiri KCP Jakarta RS Persahabatan menurun dibanding pengguna *mobile banking* versi sebelumnya (Data Performance New Target Livin' by Mandiri).

Layanan *mobile banking* seharusnya mampu memunculkan persepsi kemudahan dengan tambahan ketersediaan fitur bagi nasabah dalam bertransaksi. Kondisi inilah yang membuat penulis tertarik mempelajari faktor apakah yang menyebabkan penyusutan pengguna *mobile banking* Livin 2.0 khususnya pada nasabah Bank Mandiri KCP RS Persahabatan, bersumber pada variabel yang diseleksi yaitu kualitas produk dan kemudahan. Pada dasarnya nasabah akan merasa puas menggunakan *mobile banking* ketika kualitas produk dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah. Namun sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah tidak merasakan puas menggunakan *mobile banking*. Selain itu tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan layanan *mobile banking* karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan. Variabel kemudahan dianggap memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Alasan utama nasabah menggunakan dan hal yang paling dibutuhkan adalah fasilitas kemudahan dalam bertransaksi. Bank Mandiri memberikan fasilitas *mobile banking* untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Pentingnya persepsi kemudahan yang diimbangi dengan kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* membuat penelitian pada bidang ini menjadi berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* (Fakhrurozi, 2018).

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. Pada masa sekarang ini, layanan tersebut banyak membantu masyarakat dalam memudahkan segala keperluan yang berkaitan dengan transaksi keuangan. Berbagai faktor yang mempengaruhi

kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas *mobile banking* bergantung pada kualitas produk dan tingkat kebutuhan masyarakat serta kemampuan mereka untuk menggunakan fasilitas *mobile banking*. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan menggunakan *mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Pengguna *mobile banking* Livin’ di Bank Mandiri KCP Jakarta RS Persahabatan)

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian maka rumusan masalah disusun sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan dapat memberikan peningkatan keilmuan bagi kalangan akademis dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan kajian tentang pengaruh

kualitas produk dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan kepada Pihak Bank Mandiri untuk tetap mampu mempertahankan kepuasan nasabah menggunakan fasilitas *mobile banking*. Dan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi bank Mandiri sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

## 3. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.