

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi menimbulkan evolusi yang mengarah pada layanan perbankan digital (*digital banking*). Layanan ini memungkinkan calon nasabah atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi diluar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*) dan kebutuhan lainnya. Salah satu layanan digital adalah *Mobile Banking*. *Mobile Banking* dikenal dengan telepon atau perbankan portable yang didefinisikan sebagai penggunaan alat genggam untuk melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi yang di unduh institusi finansial yang bertujuan untuk peningkatan pendapatan, meningkatkan jumlah pelanggan dan membuka pasar baru dimana layanan m-banking semakin meluas dengan meningkatnya penggunaan alat pintar tanpa kabel (*smart wirelees device*), hal ini memiliki tujuan untuk memenuhi layanan dan pergeseran pola hidup masyarakat Indonesia yang semakin mengandalkan alat komunikasi.¹

Saat ini persaingan antar perbankan sangat kompetitif, baik di pasar nasional maupun pasar global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh semua perusahaan perbankan. Tingkat persaingan bank tidak hanya bank konvensional namun juga bank syariah. Tuntutan fasilitas teknologi informasi yang serba canggih di masa kini dan masa depan menjadi tantangan perbankan untuk menyediakan layanan terbaik kepada masyarakat. Saat ini, bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile*

¹ Made Agus Pranoto, Ayu Giantari, *Membangun Brand Loyalty Mobile Banking Berbasis Celebrity Endorsement Credibility*, (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2022), 1-2.

banking. Layanan *m-banking* mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankannya karena terintegrasi yang tidak terbatas ruang dan waktu, yakni dapat diakses melalui telepon genggam atau pun tablet. Fasilitas *m-banking* ini diharapkan dapat mencapai kepuasan nasabah terhadap pelayanan di perbankan karena adanya kemudahan-kemudahan bertransaksi yang diberikan. Salah satu isu yang sangat penting di kalangan perbankan nasional adalah menjaga nasabah yang telah ada di tengah tuntutan kebutuhan yang semakin beragam, baik dalam konteks produk maupun pelayanan, yang disiasati melalui beragam pelayanan yang didukung teknologinya.²

BMT adalah lembaga ekonomi tingkat mikro dan kecil, yang bukan termasuk koperasi bukan pula bank, tapi berada di tengah-tengah antara kedua lembaga tersebut, yang melayani tabungan maupun pembiayaan dengan sistem syariah. Dalam anggaran dasar BMT adalah secara konsekuen, konsisten, dan persisten (*istiqomah*) berpegang pada dan mengembangkan perilaku untuk bertekad mengubah cara hidup menjadi lebih baik, memperbaiki niat bekerja dan berusaha untuk beribadah kepada Allah, bertekad untuk beribadah lebih sempurna, dan menegakkan disiplin dalam segala hal.³

Seiring dengan berkembangnya perbankan Syariah dan Lembaga keuangan syariah baik BPR maupun koperasi di Indonesia saat ini, maka kualitas layanan merupakan faktor penting dalam daya saing. Hal ini terjadi karena perbankan merupakan layanan penyedia jasa berbasis syariah. Saat ini terdapat banyak layanan yang disediakan oleh Lembaga keuangan bank dan nonbank untuk mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas transaksinya. Berkembangnya teknologi yang canggih sekarang ini nasabah dimudahkan

² Hendrik Tri Laksono Putro, Thamrin, Samsudin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Pt. Bank Negara Indonesia Tbkdi Kcp Buaran* Jakarta, Vol. 1 No.2 Tahun 2021 Hal. 3

³ Moh. Iasrok, *Bmt Bahtera*, (Pekalongan: Pt. Nasya Expanding Management, 2021), 146.

untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan media elektronik tanpa berhubungan kontak secara langsung.⁴

Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Jika seseorang merasa bahwa sistem mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk internet *banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilannya, situsnya mudah dimengerti, menambah keterampilan dalam menggunakannya, dan mudah dipelajari. Kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa internet *banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya.⁵

Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan aktivitas yang tidak berwujud yang disediakan oleh perusahaan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumennya yang pada dasarnya tidak menyebabkan kepemilikan apapun dalam memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.⁶ Banyak cara yang dapat dilakukan bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai

⁴ Putri Nurhayati, Ahmad Mukhlisn, Annikmah Farida, Dkk, *Pengaruh Kualitas Layanan Ibs Mobile Terhadap Kepuasan Anggota Ksp-Ps Bmt Artha Buana Metro*, Jurnal Baabu Al-Ilmi, Vol. 6 No. 2 (2021), 1.

⁵ Mukhtisar, Ismail Rasyid, Evriyenni, *Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)*, Journal Of Islamic Banking And Finance, Vol.3 No. 1 (2018), 64.

⁶ Zakaria Harahab, “*Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih*” *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1 (2020), 18.

pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut akan merasa puas.⁷

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.

Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah. Terobosan-terobosan baru produk dan jasa perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan mobile banking.⁸

Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Ah. Oge Iwang Sutiyono selaku HRD KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Jepara, layanan *m-banking* diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil pra survey diketahui jumlah nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Jepara pada tahun 2022 adalah 109.291 nasabah dan yang menggunakan layanan *m-banking* yaitu sebanyak 1.991 user (pengguna). Bapak Ah. Oge Iwang Sutiyono selaku HRD KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Jepara juga menyatakan terkait dengan promosi dilakukan

⁷ Abdillah Mundir, Lilik Nur Hayati, *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Kcp Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 12 No. 2 (2019)224

⁸ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Dan Alfi Arif, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Yang Telah Dimodifikasi*, Jurnal Universitas Jember (Unej) Vol 4, No. 1 (2017), 24.

dengan cara menyebarkan brosur ke beberapa tempat yang ramai seperti pasar, toko, dan lainnya, juga lewat media online. Bapak Ah. Oge Iwang Sutiyono selaku HRD KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Jepara juga menyatakan bahwa saat mengakses layanan *m-banking* harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan *m-banking* tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi. Adapun kekhawatiran dari nasabah yang menggunakan *m-banking* karena bahwa menggunakan layanan *m-banking* memang mudah dan dapat mempercepat transaksi serta menghemat waktu namun ada beberapa nasabah yang menyatakan kurang percaya terhadap layanan *m-banking* karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan data. Adapun nasabah yang khawatir jika mempunyai *m-banking* takut menerima SMS atau link palsu yang menanyakan detail akun *m-banking* dari seorang hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan sehingga uangnya terkuras habis.⁹

Dari uraian latar belakang di atas, penulis menaruh minat untuk membahasnya lebih mendalam, karena mempromosikan dan penggunaan layanan *m-banking* tidak semulus dengan apa yang diharapkan. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh promosi dan kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Pengguna Alhikmah *Mobile* di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan fokus penelitian mengenai “Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Al

⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ah. Oge Iwang Sutiyono, *Human Resource Development* (Hrd) Kspps Bmt Al-Hikmah Semesta Jepara, Pada 6 Desember 2022.

Hikmah *Banking* Terhadap Kepuasan" maka peneliti merumuskan masalah berikut ini:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Alhikmah Semesta Jepara?
2. Apakah kemudahan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Alhikmah Semesta Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kemudahan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti sendiri maupun pihak praktisi, akademisi dan masyarakat. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis ini dapat memberikan sumbang pemikiran secara teoritik maupun secara konseptual dalam rangka dilakukannya pengembangan ilmu pengetahuan dibidang studi perbankan syariah, terkait dengan pengaruh promise, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, dengan tidak mengabaikan aturan yang telah ditetapkan sesuai prinsip-prinsip syariah. Sebagai bahan masukan serta pertimbangan untuk lembaga yang bersangkutan agar dapat membetulkan kesalahan dan dapat mengevaluasi kembali apa yang belum sesuai berdasar penelitian penulis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian yang dilakukan penulis diharap mampu memberikan kontribusi yang nyata bagi lembaga keuangan syariah, dan khususnya bagi KSPPS BMT Alhikmah Semesta Cabang Sambongoyot dalam menyelesaikan suatu masalah, khususnya berhubungan dengan penyelesaian kepuasan nasabah serta strategi penyelesaian permasalahan, sehingga dari berbagai strategi penyelesaian permasalahan tersebut

pihak KSPPS dapat menentukan tindakan preventif yang dilakukan sebagaimana mestinya. Sebagai tambahan wawasan pengetahuan dan informasi kepada anggota maupun masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi penelitian mempunyai tujuan untuk memperoleh suatu gambaran selanjutnya secara garis besar pada masing-masing bagian yang berkaitan, dengan demikian dapat dihasilkan penelitian yang sistematis serta ilmiah. Berikut sistematika penulisan skripsi, yaitu:

1. Bagian Awal.

Bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman gambar dan daftar singkatan.

2. Bagian Isi.

Pada bagian ini membuat garis besar yang terdiri dari lima BAB, antara BAB I sampai BAB V saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, sebagaimana berikut ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian teori yang memuat tentang teori promosi, pengetahuan kualitas layanan, *mobile banking*, kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, yaitu tentang gambaran umum objek

penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan tentang pengaruh promosi dan kualitas layanan *m-banking* pada KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Jepara.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi daftar pustaka dan lampiran lainnya.

