

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank dapat diartikan sebagai bagian dari lembaga keuangan, yang mempunyai peran utama yaitu menghimpun uang yang dimiliki oleh masyarakat dan setelahnya menawarkannya dalam bentuk jasa yang berhubungan dengan bank. Di era yang semakin modern ini, banyak inovasi layanan telah diperkenalkan oleh bank yang memiliki tujuan untuk menarik minat nasabah dan menawarkan pelayanan yang nyaman, aman dan mudah bagi nasabah. Pesatnya kemajuan teknologi informasi, harapan bisnis baru tercipta dan transaksi bisnis semakin dilakukan secara elektronik atau *online*.

Kemajuan teknologi yang cepat dewasa ini mampu membuat perubahan yang luas pada sektor korporasi, termasuk sektor perbankan yang ada di Indonesia. Fenomena ini dapat dilihat dengan persaingan yang semakin ketat di dalam sektor usaha. Persaingan mengharuskan para pebisnis untuk bekerja lebih efektif dan efisien supaya dapat menjaga keberlangsungan proses bisnis. Semakin banyak bank yang didirikan di Indonesia, maka semakin besar persaingan di dalam industri keuangan, maka industri perbankan diharapkan dapat beradaptasi dengan perubahan dan perilaku masyarakat di Indonesia.

Kemajuan Perbankan Syariah di Indonesia semakin terlihat dengan kenaikan yang relevan dalam hal pembaharuan produk, peningkatan pelayanan dan perkembangan teknologi informasi. Di aspek teknologi informasi, bank syariah juga terjadi peningkatan dalam hal pelayanan perbankan elektronik (*e-banking*). *Electronic banking* merupakan salah satu kemajuan teknologi informasi yang bisa memudahkan nasabah. klasifikasi pelayanan perbankan *online* di Bank Syariah antara lain *internet banking*, *Mobile Banking*, *SMS banking*, *phone banking* dan ATM.<sup>1</sup>

*Mobile Banking* adalah bagian dari prasarana yang ditawarkan oleh dunia perbankan di era modern yang semakin berusaha mengikuti perubahan teknologi dan komunikasi. pelayanan aplikasi *Mobile Banking* mencakup proses pembayaran, aktivitas transfer, *history* aktivitas yang telah dilakukan, dan masih banyak lagi. Penggunaan layanan *Mobile Banking* melalui telepon seluler membantu nasabah dalam melakukan aktivitas keuangan yang tidak

---

<sup>1</sup> Moh Fauzi, *Komputer Untuk Akuntansi Dan Bisnis* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 23

dibatasi ruang maupun waktu. melalui adanya pelayanan *Mobile Banking* diharapkan bisa memberikan keleluasaan dan keuntungan bagi nasabah saat mengakses Bank tidak perlu mendatangi Bank secara langsung.

Teknologi informasi sudah membuka mata dunia terhadap sesuatu yang baru dan relasi bisnis global yang tak terbatas. Kemajuan teknologi yang dikenal dengan sebutan internet sudah merubah cara pandang masyarakat, yaitu: korelasi komersial, ekonomi, sosial dan budaya. Dengan meningkatnya keinginan masyarakat dalam mengoperasikan internet, maka semakin besar pula kesempatan untuk menggunakan internet sebagai media atau tempat pemasaran dan bisnis. Internet sudah memberikan kemudahan dalam strategi pemasaran baru, memang Internet sudah memberikan peluang untuk dijadikan pasar karena dapat menjadi tempat melakukan transaksi.

Saat ini hampir semua bank telah memperkenalkan *Mobile Banking* dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan yang dapat memenuhi kepentingan masyarakat modern yang mengutamakan mobilitas. Hal inilah yang menjadikan *E-Commerce* sebagai alternatif dalam bertransaksi.

*Electronic commerce* atau *E-Commerce* adalah fitur yang disediakan oleh BSI yang dapat diakses melalui layanan *Mobile Banking*. *E-Commerce* adalah sebagian dari kegiatan jual beli yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik. *Electronic commerce* juga dapat diartikan sebagai seperangkat teknologi, aplikasi dan bisnis yang menjembatani pihak perusahaan maupun individu yang bertindak sebagai konsumen untuk melaksanakan transaksi elektronik, tukar-menukar barang atau saling bertukar informasi lewat internet maupun jaringan komputer lainnya. Dalam fungsi *E-Commerce* ini, BSI bekerjasama dengan beberapa perusahaan toko *online* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Doku dan juga BUMDes.

Sejak Maret 2020 kemarin, pandemi Covid-19 telah melumpuhkan dunia, termasuk salah satunya yaitu perekonomian. Selama pandemi Covid-19, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diberlakukan, serta pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) diberlakukan. Agar rate transaksi BSI *Mobile Banking* terus meningkat, hal itu terjadi karena terbatasnya jumlah masyarakat yang ingin bertransaksi, sehingga banyak nasabah yang menggunakan *Mobile Banking*.

Berdasarkan penelitian Diah Agustina, Elsandro Yoga Pranantha, Ana Fauziah, dkk, Fika Ayu Widyanita dan Derma

H.Pane, dkk. Dari sebagian penelitian yang telah dilakukan tersebut, bisa disimpulkan bahwa tingkat layanan dan fungsionalitas di dalam *E-Commerce* mempunyai perubahan yang relevan terhadap kepuasan pelanggan. Yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian ini adalah, penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kualitas fitur *E-Commerce* terhadap kepuasan nasabah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat hingga 88,1% pelanggan internet di Indonesia memakai pelayanan *E-Commerce* untuk mendapatkan suatu produk. Ini berdasarkan hasil dari survei sosial April 2021. Angka ini tentu bukan angka yang sedikit, karena rata-rata adopsi *E-Commerce* di seluruh dunia adalah 78,6%. Sebanyak 129 juta masyarakat Indonesia menggunakan layanan *E-Commerce* pada tahun 2020. Dengan nilai transaksi Rp. 226 triliun.

Produk fashion masih menjadi sektor yang paling populer dan banyak diminati oleh para pengguna layanan e commerce di Indonesia, baik berdasarkan frekuensi maupun jumlah transaksi. Menurut riset kredivo dan katadata insight center, perilaku konsumen e commerce indonesia tahun 2019, sebanyak 30% dari total transaksi sepanjang 2019 merupakan pembelian barang fashion, baik oleh pria, wanita, maupun kelompok umur tua dan muda.

Penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menganalisis kualitas fitur *E-Commerce Mobile Banking*, antara lain kualitas fitur transaksional, relasional, dan sosial dari perusahaan *E-Commerce* Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan studi kasus yang sudah penulis jabarkan tersebut, penulis ingin mengetahui:

1. Apakah fitur transaksional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI?
2. Apakah fitur relasional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI?
3. Apakah fitur sosial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh fitur transaksional terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI.
2. Untuk menganalisis pengaruh fitur relasional terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI.

3. Untuk menganalisis pengaruh fitur sosial terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BSI

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai pengembangan pengetahuan dan juga teknologi dan juga menambah wawasan mengenai berbagai fitur yang ada di dalam *Mobile Banking* BSI terutama tentang fitur *E-Commerce*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pertimbangan bagi lembaga keuangan syariah khususnya Bank Syariah Indonesia, agar bisa memperbaiki dan meningkatkan kualitas berbagai fitur yang ada di *Mobile Banking* terutama kualitas fitur *E-Commerce*.

- b. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bagian dari instrumen untuk mengembangkan pengetahuan tentang pengaruh kualitas fitur *E-Commerce* terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Proposal yang penulis buat terdiri dari lima bab, dimana pada masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab.

Bagian awal meliputi : halaman cover, lembar pengesahan proposal, daftar isi, daftar gambar, dan daftar tabel.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Hal yang dikemukakan dalam bab ini adalah deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan Jenis dan Pendekatan, Setting Penelitian, Populasi dan Sampel, Identifikasi Variabel Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data

- BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
Dalam bab ini berisikan Hasil Penelitian mencakup  
Gambaran Objek Penelitian, dan Analisis Data, dan  
Pembahasan
- BAB V : PENUTUP**

