

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Teknologi di Indonesia beberapa tahun ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan karena adanya *disruption era*. Hal ini berkaitan juga kepada layanan digital di Indonesia. Layanan digital di Indonesia berhubungan juga dengan sektor pendidikan, politik, serta ekonomi (Harahap & Marliyah, 2021). Jasa keuangan sering digunakan pada salah satu sektor ekonomi di Indonesia. Jasa keuangan menerapkan layanan digital dengan tujuan untuk mempermudah nasabah bertransaksi, mengakses informasi rekening, informasi produk yang tersedia maupun meningkatkan kualitas Perusahaan (Dewinta & Setiawan, 2016). Beberapa industri keuangan terdiri dari perbankan, pasar modal, asuransi, hingga pembiayaan (*multifiance*) yang saat ini bersaing menggunakan *platform* teknologi keuangan untuk meningkatkan kualitas perusahaan serta meningkatkan kepuasan nasabah. Dijelaskan juga dalam dalam Quran surat Al Ghasiyyah ayat 17-20 yang berbunyi:

أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَىٰ الْإِبِلِ كَيْفَ خُلِقَتْ وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ

Artinya: Maka apakah mereka tidak memperhatikan unta bagaimana dia diciptakan. Dan langit bagaimana dia ditinggikan. Dan gunung-gunung bagaimana dia ditegakkan. Dan Bumi bagaimana dia dihamparkan.

Berdasarkan Ayat diatas maka munculah di lingkungan umat islam suatu kegiatan observasional yang disertai dengan pengukuran, sehingga ilmu tidak lagi bersifat kontemplatif seperti yang berkembang di Yunani, melainkan memiliki ciri empiris sehingga tersusunlah dasar dasar sains, dan dapat diambil contoh bahwa teknologi semakin berkembang seiring dengan zaman yang semakin maju.

Perkembangan fintech di Indonesia sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data, pengguna fintech di Indonesia meningkat dari 7% pada 2006/2007 menjadi 78% pada sepuluh tahun berikutnya. Saat ini, terdapat sekitar 135-140 perusahaan fintech di

Indonesia (Finaka, 2019). Menurut data Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), saat ini terdapat sekitar 46,6 juta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan 132 juta individu yang belum memiliki akses kredit. Padahal, kebutuhan pembiayaan masyarakat setiap tahunnya masih sangat tinggi, yakni mencapai Rp1.600 triliun per tahun. Oleh karena itu, adanya fintech diharapkan mampu menjadi solusi kebutuhan pendanaan sekaligus sebagai penguat literasi keuangan masyarakat (BRI, 2021).

Jumlah penyelenggara fintech lending yang berizin di OJK. Sampai dengan 9 Maret 2023, total jumlah penyelenggara fintech *peer-to-peer lending* atau fintech lending yang berizin di OJK adalah sebanyak 179 perusahaan (OJK, 2023). Namun, data ini hanya mencakup fintech lending dan belum termasuk jenis fintech lainnya seperti *payment*, *crowdfunding*, dan lain-lain. Oleh karena itu, saya tidak dapat memberikan jumlah pasti mengenai lembaga bisnis dan keuangan yang menggunakan fintech secara keseluruhan di Indonesia. Namun, berdasarkan informasi yang saya temukan sebelumnya, terdapat sekitar 135-140 perusahaan fintech di Indonesia, (OJK, 2023) salah satu yang sudah menerapkan fintech yaitu Bank Kalteng.

Bank Kalteng merupakan perbankan milik daerah Kalimantan Tengah. Bank Kalteng merupakan salah satu jasa keuangan yang meningkatkan layanan digital teknologi beberapa tahun belakang dikarenakan kemajuan teknologi di Indonesia sedang berkembang pesat (Arianty, 2022). Salah satu layanan digital teknologi yang sangat dikembangkan yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Bank kalteng memiliki mobile banking yang dinamakan “Betang *Mobile*” yang memiliki slogan *Satu Aplikasi untuk Semua Transaksi*, dengan adanya Betang Mobile ini Bank Kalteng berkontribusi dalam kemajuan teknologi digital agar nasabah mendapatkan kepuasan dan kemudahan dalam bertransaksi kapan saja dan dimana saja. Betang *Mobile*

didesain dengan berbagai fitur di dalamnya agar nasabah dapat dengan mudah melakukan kegiatan bertransaksi (Nawang Sari & Widiastuti, 2018).

Betang Mobile baru launching kurang lebih 1 tahun 3 bulan, hal tersebut menyebabkan pengetahuan masyarakat akan adanya mobile banking milik bank daerah belum banyak diketahui. Persentase pengguna mobile banking hanya 6% dari jumlah seluruh nasabah. Masih sangat banyak nasabah yang belum menggunakan Betang *Mobile* ini. Rekap Transaksi Bank Kalteng tersaji pada

**Tabel 1.1**

**Nasabah dan Pengguna *Mobile Banking* Kalteng Cabang Utama**

**Per April 2023**

Tabungan	61.028 rekening
Mobile Banking	5.718 pengguna

Sumber: data Bank Kalteng (2023)

Gambar 1. Rekap Transaksi Bank Kalteng Periode Januari 2023

Berdasarkan Gambar 1, transaksi yang ada di Bank Kalteng meliputi CMS Corporate, Betang Mobile, Laki Pandai, SMS Banking dan Qris. Untuk pengguna SMS banking memiliki angka tertinggi sebesar 68.587 pengguna. Penggunaan Mobile Banking (Betang Mobile) berada pada posisi kedua dengan jumlah user 31,674 user. Walaupun angka penggunaan betang mobile berada diposisi kedua, namun jumlah transaksi mobile banking memiliki transaksi terbesar pada angka 136.187 transaksi. Artinya Bank Kalteng masih belum optimal dalam penggunaan mobile banking untuk bisa memperbanyak pengguna user agar memperbanyak transaksi.

Nasabah belum mengetahui banyak informasi mengenai Betang *Mobile* ini dikarenakan belum maksimalnya pemasaran produk tersebut. Diluar dari pemasaran yang belum maksimal, ada faktor lain yang membuat masyarakat belum menggunakan Betang Mobile adalah karena

ada beberapa fitur yang belum tersedia di *mobile banking* tersebut seperti salah satu contohnya untuk Pengisian saldo Shopee Pay (Meliyanti, 2021). Ada juga beberapa masyarakat yang mengetahui mengenai Betang Mobile ini tapi memilih tidak membuat atau mengaktifkannya dikarenakan aktivasinya yang masih terbilang rumit. Selain pentingnya pemasaran yang maksimal, fitur yang lengkap juga sangat mempengaruhi minat ketertarikan nasabah untuk menggunakan Betang *Mobile* (Meliyanti, 2021).

Masalah inilah yang menjadi tantangan besar bagi Bank Kalteng untuk memaksimalkan pemasaran dan meningkatkan fitur Betang *Mobile*. Pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat. Peningkatan fitur juga sangat penting agar masyarakat lebih tertarik bertransaksi menggunakan Betang *Mobile* (Sagib & Zapan, 2014).

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi yang digunakan Bank Kalteng untuk memasarkan aplikasi Betang *Mobile*. Sehingga penulis melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul. “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kalteng Cabang Utama”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*.
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah *mobile banking*.
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*.

2. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, di antaranya:

a. Bagi Akademik

Adanya penelitian ini diharapkan bertambahnya pengetahuan dan preferensi yang membahas tentang *mobile banking* Bank Kalteng.

b. Bagi Praktisi

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang berharga. Selain itu sebagai praktek dari teori yang di dapat di perkuliahan.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai informasi lebih mengenai salah satu produk Bank Kalteng yaitu *mobile banking*.