

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital merupakan suatu kondisi aktivitas masyarakat dalam kehidupan yang telah dipermudah dengan adanya teknologi. Pada era digital seperti ini, Perkembangan teknologi ke arah serba digital semakin pesat. Perkembangan era digital merupakan suatu perkembangan yang terjadi pada masyarakat dengan adanya jaringan internet, perangkat digital, aplikasi atau *platform* digital, media sosial sehingga memudahkan segala aktivitas dan pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari.(Setiawan, 2017). Teknologi informasi sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat (Kurnia, 2020). Teknologi informasi juga berdampak dalam dunia perbankan. Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia perbankan untuk lebih maju dan berkembang.

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara. (Alfifah, 2017). Oleh karena itu, saat ini industri perbankan semakin gencar dalam membuat sistem yang menggabungkan antara teknologi informasi, salah satunya adalah layanan *Mobile Banking*.

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang tunai (Hendarsyah, 2016). Keunggulan *mobile banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *mobile banking* meliputi transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler *Mobile Banking* menjadi bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan. Tak terkecuali oleh bank syariah di Indonesia.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan. Hal tersebut merupakan faktor penting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal (BSI, 2021). Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dikembangkan berdasarkan hukum islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk melakukan riba serta larangan investasi untuk usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional (Febriana, 2016). Dalam pengoperasian bank syariah yang terdapat di Indonesia adalah PT Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia adalah bank hasil penggabungan dari tiga bank Syariah milik BUMN, yakni PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI syariah yang resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga dapat menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. (Rosada, 2021) PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BRIS) menjadi bank terbaik di sektor bank syariah dalam penghargaan Bisnis Indonesia Award 2021. Dengan laba Bank Syariah Indonesia mencapai Rp 2,19 triliun. Dengan kinerja finansial tersebut, Bank Syariah Indonesia dari sisi aset masuk dalam daftar 10 besar bank terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia didukung oleh lebih dari 1.241 kantor cabang, 2.447 jaringan ATM, dan lebih dari 20.000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia (BSI, 2021).

Di tengah persaingan yang sangat ketat dewasa ini, bank diharapkan mampu menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakikatnya bertujuan untuk kepuasan kebutuhan nasabah dalam seluruh aktivitas keuangannya (Khatimah, 2016). Terkait hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan nasabahnya. Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang

jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan (Febriana, 2016).

Dalam menganalisis, peneliti menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*, dan *User Experience Questionnaire* (UEQ). *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan perhitungan nilai kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Kelebihan dari metode ini adalah efisiensinya dalam mengukur kepuasan secara universal. Selain mempunyai kelebihan, metode ini juga memiliki kekurangan yaitu tidak ada hasil yang menunjukkan prioritas strategi, sehingga perlu adanya metode lain untuk menutupi kekurangan tersebut yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Kelebihan metode ini antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan hasil analisisnya relatif mudah diinterpretasikan karena dalam bentuk kuadran yang memiliki kategori tiap-tiap kuadrannya (Anggraini et al, 2015). Selain itu, ada metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang merupakan perhitungan yang menjadi penghubung antara pengguna dengan aplikasi. Kelebihan metode ini antara lain dapat menganalisis seluruh aspek interaksi pengguna dengan perusahaan, layanannya, dan produknya (Norman, 2016). Sehingga melalui interaksi pengguna dengan aplikasi, maka pengguna dapat memberikan persepsi tambahan terhadap *user experience* suatu produk atau layanan pun dapat mempengaruhi citra suatu organisasi atau perusahaan penyedianya. Keunggulan lainnya dari UEQ adalah Efisien dalam analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *Excel-sheet*. Hasil akhir dari UEQ digambarkan dalam grafik benchmark yang menunjukkan kualitas dari produk ke dalam lima kategori yaitu: *excellent*, *good*, *above average*, *below average* dan *bad*.

Penelitian mengenai kepuasan nasabah bank sebelumnya pernah dilakukan oleh Zania, dkk. (2014) yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah bagi kinerja PT Bank Negara Indonesia menggunakan *Customer*

Satisfaction Index dan *Importance Performance Analysis*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan metode CSI yaitu nasabah puas terhadap kinerja pelayanan PT BNI. Sedangkan berdasarkan metode IPA, menunjukan “atribut pelayanan” memuaskan dengan nilai 4,3605 sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut tersebut penting bagi nasabah. Penelitian pendahuluan lainnya juga dilakukan oleh Khoiron (2013) yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap nasabah pada Bank Syariah Muammalat menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas kepuasan pelayanan jasa yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Muammalat dengan arah hubungan positif/sifat hubungan searah. Namun analisis ini memiliki kelemahan yaitu regresi linier berganda tidak memperhatikan adanya kesalahan pengukuran (*measurement error*) dengan mengasumsikan *error*-nya berdistribusi normal. Penelitian lain juga dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menganalisis pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank terbesar di Indonesia dengan menggunakan analisis SEM ditemukan pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan *mobile banking (m-banking)* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah. Namun SEM memiliki kendala apabila data yang digunakan melanggar asumsi normalitas data. Selain itu, SEM juga mensyaratkan jumlah sampel yang relatif besar.

Penelitian lain mengenai *User Experience Questionnaire (UEQ)* dilakukan oleh Debora (2021) yang menggunakan *User Experience Questionnaire* pada aplikasi kedai kopi JIWA+. Dari pengolahan data kuisisioner UEQ didapati bahwa tingkat UX aplikasi pada skala *attractive*, *perspicuity*, *efficiency*, *stimulation*, dan *novelty* berada di kategori *above average*. Sedangkan skala *dependability* di kategori *below average*. Penelitian lainnya yaitu oleh Falah & Saputra (2020) yang menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)* dalam menganalisis *User Experience* pada sistem informasi akademik STMIK Palcontech Palembang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat menunjukkan hasil nilai dengan kategori *Above average* (diatas rata-rata) yaitu pada skala daya tarik dengan nilai 1,52. Skala kejelasan dengan nilai 1,63. Skala

ketepatan dengan nilai yaitu 1,39. Skala stimulasi mendapat nilai 1.20. Skala kebaruan, mendapatkan nilai 1,01. Sedangkan pada skala efisiensi mendapatkan nilai 1,60 dengan kategori *Good (Baik)*.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, kami ingin mengembangkan penelitian terkait kepuasan nasabah terhadap pelayanan dan penggunaan aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat dan dimensi kepuasan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), sedangkan untuk mengetahui pengalaman pengguna aplikasi BSI-Mobile adalah *User Experience Questionnaire* (UEQ), sehingga peneliti ingin melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap aplikasi *Mobile Banking* dan pelayanan Bank Syariah Indonesia menggunakan beberapa metode tersebut.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mendeskripsikan karakteristik nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya?
2. Bagaimana menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index*?
3. Bagaimana menganalisis faktor apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan pelayanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *Importance Performance Analysis*?
4. Bagaimana menganalisis Penilaian pengguna layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *User Experience Questionnaire*?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik nasabah pengguna layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya
2. Menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index*
3. Menganalisis faktor apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan pelayanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *Importance Performance Analysis*
4. Menganalisis Penilaian pengguna layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya berdasarkan metode *User Experience Questionnaire*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagi Penulis
 1. Menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada instansi.
 2. Mengembangkan wawasan keilmuan tentang metode *Customer Satisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*, dan *User Experience Questionnaire*
- b. Bagi Pihak PT. Bank Syariah Indonesia
 1. Mengetahui faktor-faktor penting yang berhubungan dengan pelayanan Bank Syariah Indonesia
 2. Sebagai masukan untuk perbaikan pelayanan aplikasi pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia agar menjadi lebih baik.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

1. Responden yang diteliti adalah nasabah Bank Syariah Indonesia dan memiliki aktivasi sebagai pengguna BSI *mobile banking*.
2. Penelitian ini hanya dilakukan bagi responden yang berusia minimal 17 tahun.