

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan pengetahuan teknologi yang terus bergerak melesat dan dinamis serta pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia telah mengalami dampak yang signifikan selama era revolusi industri 5.0. Adopsi teknologi digital di berbagai sektor telah mengubah berbagai jenis kegiatan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk bisnis, pemerintah, dan kegiatan sosial di masyarakat. Bagi pengusaha, transformasi teknologi telah meningkatkan penciptaan strategi perusahaan, pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan. Proliferasi sistem digitalisasi di seluruh masyarakat mendorong munculnya beberapa model bisnis berbasis digital (Tunjungsari & Ginting, 2020).

Transaksi elektronik (UE) masyarakat di Indonesia tumbuh 26,08% hingga Rp36,57 triliun pada Januari 2023, menurut laporan Bank Indonesia mengenai transaksi ekonomi dan keuangan digital. Untuk mempertahankan peran dan posisi mereka sebagai lembaga perantara utama dalam sistem keuangan dan sebagai sumbu transmisi kebijakan moneter, bank harus mengalami transformasi digital *end-to-end* sebagai akibat dari digitalisasi ekonomi dan keuangan saat ini. Setiap aspek kehidupan manusia telah diubah oleh kemajuan teknologi, termasuk cara orang bertransaksi di bank (Sasono et al., 2021).

Menurut Bank Indonesia (BI), *mobile banking* adalah transaksi keuangan yang dilakukan melalui perangkat *mobile* pribadi, yang biasanya adalah ponsel atau *smartphone*, dengan dana yang ditarik dari rekening bank pengguna. *Mobile banking* menjadi semakin populer karena orang semakin menyadari kemudahan dan kenyamanan melakukan transaksi keuangan di era teknologi digital. Peningkatan transaksi keuangan ini juga dapat dilihat dari pertumbuhan nilai transaksi di aplikasi digital Livin' by Mandiri.

Dikutip dari CNBC Indonesia, Aquarius Rudianto, Direktur Jaringan & Retail Bank Mandiri, mengatakan transaksi yang terjadi di aplikasi Livin' by Mandiri menyentuh angka Rp1.500 triliun hingga Juni 2023. Hal ini mengalami pertumbuhan yang cukup besar, karena sepanjang tahun 2022, transaksi Livin' by Mandiri selama satu tahun penuh hanya menyentuh nilai Rp1.700 triliun.

Pertumbuhan transaksi Livin' by Mandiri yang begitu pesat ini salah satunya didasarkan pada peningkatan jumlah pengguna Livin' by Mandiri itu sendiri. Hingga September 2023, pengguna Livin' by Mandiri menyentuh angka 21 juta *users*.

App	Rank	CHANGE
BCA mobile	1	=
DANA	2	=
BRImo BRI	3	=
New Livin	4	=
BNI Mobile Banking	5	=

Gambar 1. 1 Top Finance Apps by Active Users in Indonesia

Sumber: Today's Top App Store Rankings (2022) diakses 21 Agustus 2023

Jumlah pengguna yang meningkat membuat aplikasi Livin' by Mandiri menjadi aplikasi yang mempunyai pengguna aktif terbesar ke-4 melebihi aplikasi lain seperti BNI Mobile Banking, namun masih tetap berada di bawah aplikasi BCA mobile, DANA, dan BRImo BRI.

Kendati demikian, peningkatan jumlah pengguna tidak membuat aplikasi Livin' by Mandiri berjalan tanpa masalah. Masih banyak ditemukan keluhan dari nasabah yang dapat kita jumpai di berbagai akun sosial media Bank Mandiri dan ulasan di Google Play Store. Permasalahan yang terjadi membuat nasabah kesulitan untuk melakukan aktivitas atau transaksi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai kekecewaan dan rasa tidak puas dituangkan nasabah di akun media sosial Instagram milik Bank Mandiri seperti di bawah ini.

Tabel 1. 1 Keluhan Nasabah di Instagram

Nama Pengguna	Komentar
@axxxxxxx	"kenapa apps livin kuning sering bermasalah ya ? ini ga bisa dibuka setelah update apps"
@lxxxxxxx	"Ini Livin error' y..ga BS transfer cek tanggal & waktu terus pdhl udh bnr"
@ixxxxxxxxxxxx	"Asli ini bank ribet dana tidak ada jaminan"
@hxxxxxxxxxx	"Livin apose apose susah bgt mau log in keterangannya "belum berhasil terhubung" pdhl gak ada update-an apps. Beberapa hari lalu prnh jg ky gni. Duuhhhh ngeselin"
@lxxxxxx	"Halo bank @bankmandiri aplikasi livin apakah sedang bermasalah? Saya coba bayar CC selalu muncul notifikasi "Data sedang tidak tersedia""
@dxxxxxxxxxxx	"Livin mandiri saya akhir2 ini sering banget gak bisa ngebuka. Akhirnya saya restart baru bisa buka. Kenapa jd begini sekarang ya min? 🙄"
@dxxxxxxxxxxx	"Halo min, saya membeli pulsa melalui livin by mandiri dari siang. Tapi sampai sekarang pulsanya belum masuk tapi saldo sudah berkurang. Ini bagaimana ya?"
@sxxxxxxx	"Livin eror mulu... dikomplain tiap hari ngga ada perbaikan"
@rxxxxxxx	"Ini livin gmn sih, transaksi eror terus"

Sumber: Akun Instagram resmi @bankmandiri (2023) diakses 8 Agustus 2023

Saat menggunakan aplikasi Livin milik Mandiri, banyak pelanggan yang mengeluh tentang masalah yang mereka hadapi. Masalah ini termasuk aplikasi yang tidak dapat digunakan, pelanggan yang tidak dapat melakukan transfer dana, pembelian produk yang tidak berhasil tetapi saldo masih terpotong, dan masalah lainnya. Keluhan lain nasabah Livin' by Mandiri juga dapat dilihat di media sosial X (Twitter) @mandiricare di bawah ini.

Tabel 1. 2 Keluhan Nasabah di X (Twitter)

Nama Pengguna	Cuitan
@ixxxxx	"Admin mau tanya, kenapa ya mbanking aku ga bisa buat tf bahkan topup pun gak bisa sama sekali? Kenapa ya kira-kira, keterangan nya selalu transaksi atau top up tidak berhasil. Mohon untuk dibantu"
@cxxxxxxxx	"@mandiricare min lg error gak mbankinh livin? :) gabisa dibuka"
@7xxxxxxx	"P p p mandiri livin error kah? ini cowo sy dah marah marah dari semalem 🙏 @mandiricare"
@dxxxxxxxx	"@mandiricare @bankmandiri saya topup shopee gagal kenapa ya"

Nama Pengguna	Cuitan
@exxxxx	”Kenapa deh pake aplikasi mw trf & bayar tokopedia sulit banget. Sampai bbrp transaksi gagal & dan ga dapet barang yg dimaksud. Apakah sedang maintenance? Sampai kapan ? Sungguh kecewa #livinmandiri @tokopediacare @mandicare”
@sxxxxxxxxxxxxxxxx	”Maaf kok tidak beli token listrik ya melalui mbanking. Error nya provider not enable”

Sumber: Akun X (Twitter) resmi @mandicare (2023) diakses 8 Agustus 2023

Keluhan nasabah di sosial media sesuai dengan penilaian yang didapat Livin' by Mandiri dari nasabahnya di Google Play Store yaitu mendapat nilai 4,1/5. Jika dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* lainnya, seperti BNI Mobile Banking dari Bank BNI (4.6), BSI Mobile dari Bank BNI (4.6), BRImo BRI dari Bank BNI (4.5), dan BCA mobile dari Bank BCA (4.4), nilai ini lebih rendah. Tabel di bawah menunjukkan perbedaan ini.

Tabel 1. 3 Rating Google Play Store

Aplikasi Mobile Banking	Nilai di Google Play Store
BNI Mobile Banking	4.6
BSI Mobile	4.6
BRImo BRI	4.5
BCA mobile	4.4
Livin' by Mandiri	4.1

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Melihat penilaian di atas, bisa diketahui banyak ulasan-ulasan nasabah di Google Play Store yang melaporkan keluhan tentang kualitas layanan aplikasi Livin' by Mandiri. Beberapa di antaranya adalah aplikasi Livin' by Mandiri yang tidak efisien dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (efisiensi), responsivitas layanan pelanggan yang kurang dalam menangani kendala yang dialami dan menyediakan solusi yang paling baik (responsivitas), ketersediaan sistem layanan yang sering mengalami eror

(ketersediaan), dan ketidakmampuan sistem layanan untuk memproses transaksi pelanggan (pemenuhan). Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, silakan rujuk pada tabel berikut yang memuat tinjauan pengguna di Google Play Store.

Tabel 1. 4 Ulasan Nasabah di Google Play Store

Nama	Ulasan	Isu
Txx Xxxx XXXXXXX	"Aplikasi tidak bisa digunakan. Udah di uninstall dan di install berulang" Sampek 10x tetap saja tidak bisa. Dibuka keluar sendiri dan terus seperti itu Sampek capek saya. Mana ada keperluan penting lagi. Transfer tidak bisa, cek saldo tidak bisa mau isi wallet pun juga tidak bisa. Sebenarnya ini aplikasi tuh kenapa ?? Tolong donk diperbaiki untuk aplikasinya demi kenyamanan para nasabahnya." (21/07/23)	<i>e-Service Quality</i>
Bxxxxxx XXXXXXXXX XXXXXX	"Setiap diminimize langsung error. HP langsung harus hard reset baru bisa, soalnya langsung gak bisa diapa2in. Gak Cuma 1-2 HP, tapi semua HP yang kugunakan kendalanya sama. Berarti emang dari aplikasi Livin nya yang jelek" (21/07/23)	<i>e-Service Quality</i>
Jx Xxxx	"Top up dana tidak bisa, pembayaran apapun tidak bisa, transfer juga tidak bisa, selalu tercantum pembayaran tidak berhasil,saya cek dulu ya,sperti itu trus,nyesel pake mandiri,punya saldo jadi tidak berguna,serasa simpanan sendiri dipersulit." (02/08/23)	<i>e-Service Quality</i> <i>e-Satisfaction</i>
Axxxx XXXXXX	"Tlong min sgera d perbaiki, msak mau transaksi sllu kluar tulisan nyuruh mengubah tanggal dan waktu ke otomatis, pdahal d hp sya ini sdh otomatis untuk tanggal dan waktunya.. Jdi gak nyaman ini, transaksi yg di harapkan cepat , malah trnggu gara2 sllu kluar tulisan kayak gitu.. Tlong segera diperbaiki, kalo mau pengguna mandiri dsni betah." (04/08/23)	<i>e-Service Quality</i>
Mxxx_Xxxx XXXXX XXXXXXX	"Bintang 1 pakai aplikasi Livin begitu juga untuk Bank Mandiri, ga tau kenapa bisa2 nya duit 200rb kepotong 6rb secara tidak jelas bahkan tidak tertera di riwayat transaksi mengenai alasan potongan biaya tersebut ketika saya buka setelah 12 jam malam. Jujur saya jadi curiga dan takut kalau nyimpan uang nominal lebih di Mandiri. Sekian terimakasih." (04/08/23)	<i>e-Service Quality</i> <i>e-Satisfaction</i>

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Aplikasi Livin' by Mandiri di Google Play Store menerima penilaian yang lebih rendah daripada aplikasi perbankan lainnya, sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya bahwa kualitas layanan elektronik sangat

memengaruhi kepuasan elektronik. (Gotama dan Indarwati, 2019; Ika et al., 2023; Rachmawati & Syafarudin, 2022; Rahmawaty et al., 2021).

Kualitas layanan elektronik tidak hanya mempengaruhi tingkat kepuasan elektronik tetapi juga tingkat kesetiaan elektronik pelanggan. Ini dapat dilihat dari ulasan seorang pelanggan di Google Play Store di bawah ini, yang menunjukkan bahwa pelanggan mungkin tidak akan tetap setia kepada perusahaan karena ketidakpuasan yang mereka alami.

Tabel 1. 5 Ulasan Nasabah di Google Play Store

Nama	Ulasan	Isu
Fxxxx xxx	"Lama lama Livin by mandiri gak berguna, buktinya sampai sekarang blm bisa transaksi transfer,,Uda laporan kesemua ,, masih aja blm bisa buat transaksi transfer,,apa harus ganti bank ini,,," (03/08/23)	<i>e-Loyalty</i>

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Mengacu pada ulasan di atas, terlihat jika kualitas layanan yang tidak memenuhi kebutuhan pelanggan dapat menyebabkan penurunan tingkat loyalitas elektronik pelanggan. Penurunan ini dapat dilihat dari niat pelanggan untuk mengganti bank Mandiri, termasuk Livin' by Mandiri, untuk transaksi perbankan. Ini sesuai dengan penelitian yang diterbitkan dalam beberapa jurnal yang menegaskan bahwa mutu pelayanan elektronik memiliki pengaruh terhadap kesetiaan elektronik (Ika et al., 2023; Rachmawati & Syafarudin, 2022; Rahmawaty et al., 2021). Selain itu, dapat diamati bahwa ketika layanan yang diterima oleh pelanggan tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, kepuasan elektronik pelanggan menurun, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan yang lebih rendah terhadap perusahaan. Pernyataan ini selaras dengan penelitian Gio

et al. (2020); Saragih (2019); Zhu et al. (2016) yang menegaskan kalau kepuasan elektronik pelanggan mempunyai dampak pada kesetiaan elektronik pelanggan.

Selain itu, ulasan tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* yang difasilitasi oleh perusahaan buruk. Konsumen menjadi kecewa dan menganggap aplikasi Livin' by Mandiri tidak berguna, dan mereka berpikir untuk menggunakan aplikasi perbankan lain. Fakta ini menunjukkan kalau kualitas layanan elektronik melalui kepuasan elektronik memiliki dampak pada kesetiaan elektronik. Ini sejalan dengan pendapat dari jurnal Giau et al. (2020); Gotama et al. (2019); Ul Haq dan Awan (2020) yang menyatakan jika kualitas layanan elektronik melalui kepuasan elektronik memiliki dampak terhadap kesetiaan elektronik.

Ulasan tersebut juga menunjukkan jika yang disediakan oleh perusahaan untuk nasabah tidak bisa digunakan, sehingga nasabah kecewa dan menilai aplikasi Livin' by Mandiri tidak berguna serta nasabah berpikir untuk berpindah ke aplikasi perbankan lain. Dalam konteks ini, peristiwa ini mencerminkan bahwa mutu layanan elektronik melalui kepuasan elektronik berdampak pada loyalitas elektronik, sesuai dengan penemuan dalam jurnal yang menegaskan bahwa mutu layanan elektronik melalui kepuasan elektronik memengaruhi loyalitas elektronik.

Tidak hanya itu, masalah *e-trust* juga ditemukan pada pengguna Livin' by Mandiri. Seorang nasabah Bank Mandiri melalui akun X (Twitter) pribadinya dengan *username* @cxxxxxx mengunggah kiriman yang berisi

kejadian tidak mengenakan yang dialaminya. Dalam unggahan tersebut, akun @cxxxxxx mengatakan bahwa dia telah menjadi korban pembobolan data yang dilakukan orang tidak dikenal, sehingga berakibat pada dia kehilangan uang dari rekening pribadinya senilai 18 juta rupiah.



Gambar 1. 2 Peretasan Data Nasabah

Sumber: Akun X (Twitter) @cxxxxxx diakses 22 Agustus 2023

Banyak anggota masyarakat X (Twitter) meninggalkan komentar setelah peristiwa tersebut, di mana ada respons yang menyatakan bahwa pelanggan merasa takut. Meskipun pada akhirnya masalah ini bisa terselesaikan dan uang yang hilang dikembalikan sepenuhnya oleh perusahaan, nasabah tetap khawatir dan beranggapan kasus serupa juga memungkinkan menimpa dirinya, data-data pribadi bisa diretas dan disebarluaskan kemudian disalahgunakan oleh pihak tidak bertanggung jawab sehingga bisa menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, kasus

@cxxxxxx diduga dapat memunculkan perasaan ragu nasabah lain, sehingga berakibat pada penurunan *e-trust* nasabah terhadap perusahaan. Seperti yang dijelaskan dalam jurnal Giao et al. (2020), Rahmawaty et al. (2021), dan Zhu et al. (2016), mereka menunjukkan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh langsung pada *e-loyalty*. Maka dari itu, kesadaran perusahaan akan pentingnya mengembangkan *e-trust* menjadi langkah krusial dalam upaya membangun *e-loyalty*.



Gambar 1.3 Keluhan Nasabah di X (Twitter)

Sumber: Akun X (Twitter) @cxxxxxx diakses 22 Agustus 2023

Tidak mampunya perusahaan dalam menjaga kerahasiaan data nasabah dapat mengakibatkan ketidakpuasan nasabah, yang pada gilirannya, menimbulkan keraguan terhadap keamanan perusahaan dan berpotensi menurunkan tingkat loyalitas nasabah sehingga nasabah akan berpikir ulang untuk memilih Bank Mandiri untuk melakukan transaksi perbankan dan menyimpan harta, seperti yang tertera dalam jurnal Juwaini

et al. (2022); Giao et al. (2020); Suariedewi dan Suprpti (2020), yang menyatakan *e-trust* memiliki pengaruh pada *e-satisfaction*. Adapun *e-trust* yang diintervensi oleh *e-satisfaction* akan memiliki dampak yang signifikan pada *e-loyalty* (Rachmawati & Syafarudin, 2022; Rahmawaty et al., 2021; Zhu et al., 2016).

Diketahui jika *e-CRM* (*e-Customer Relationship Management*) adalah suatu konsep untuk membangun hubungan dengan pelanggan (Cahyarani & Astuti, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan Cahyarani dan Astuti (2022) dan penelitian Mahfuzh (2023) mengungkapkan jika *e-CRM* berdampak pada *e-loyalty*. Maka dari itu, untuk memastikan bahwa klien tidak memikirkan untuk menggunakan layanan digital bank yang lain, bisnis harus mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggannya.

Selain dalam hal menjaga loyalitas nasabah, perusahaan juga perlu untuk memenuhi ekspektasi nasabah dengan merespon serta bertanggung jawab terhadap permasalahan nasabah dalam penggunaan layanan elektronik perusahaan demi menjaga nasabah agar tidak kecewa, karena *e-CRM* oleh perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan elektronik nasabah, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Mahfuzh (2023) dan penelitian Wahyuni (2020) yang menyatakan bahwa *e-CRM* memengaruhi kepuasan elektronik, dan *e-CRM* yang dimediasi kepuasan elektronik juga akan memengaruhi kesetiaan elektronik (Mahfuzh, 2023).

Setelah merinci latar belakang dan data yang telah dijabarkan, peneliti tertarik untuk menyelidiki aspek-aspek yang terkait dengan

loyalitas pelanggan elektronik (*e-loyalty*). Meskipun demikian, penelitian ini memusatkan perhatian pada tiga variabel spesifik, yaitu kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), kepercayaan elektronik (*e-trust*), dan manajemen hubungan pelanggan elektronik (*e-CRM*), seiring dengan temuan yang telah disampaikan sebelumnya.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Ini adalah rumusan masalah penelitian ini:

- 1) Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?
- 2) Apakah *e-trust* memiliki pengaruh terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?
- 3) Apakah *e-CRM* memiliki pengaruh terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?
- 4) Apakah *e-satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri?
- 5) Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri?
- 6) Apakah *e-trust* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri?
- 7) Apakah *e-CRM* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri?
- 8) Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?

- 9) Apakah *e-trust* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?
- 10) Apakah *e-CRM* memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.
- 2) Menguji pengaruh *e-trust* terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.
- 3) Menguji pengaruh *e-CRM* terhadap *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.
- 4) Menguji pengaruh *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri.
- 5) Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri.
- 6) Menguji pengaruh *e-trust* terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri.
- 7) Menguji pengaruh *e-CRM* terhadap *e-loyalty* nasabah Livin' by Mandiri.
- 8) Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.

9) Menguji pengaruh *e-trust* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.

10) Menguji pengaruh *e-CRM* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* nasabah Livin' by Mandiri.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian ini, keuntungan berikut diharapkan:

A. Manfaat teoritis

Pembaca dapat menerima kegunaan dari temuan penelitian ini tentang faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada kesetiaan elektronik dan kepuasan elektronik sebagai intervensi pada pelanggan Livin' by Mandiri.

B. Manfaat praktis

1. Peneliti

Penelitian ini menjadi wadah serta perluasan wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam dunia ekonomi digital khususnya perbankan.

2. Universitas Negeri Jakarta

Diharapkan temuan penelitian ini akan menjadi referensi untuk penelitian terkait kesetiaan elektronik dengan kepuasan elektronik sebagai intervensi yang dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, dan *e-CRM*.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menyediakan informasi untuk evaluasi bagi organisasi untuk menjadi aplikasi perbankan *mobile* yang lebih baik dalam menawarkan layanan digital dan kepercayaan tinggi kepada pelanggan, sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan elektronik serta loyalitas elektronik pelanggan.

4. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini akan menjadi sumber informasi berharga yang dapat memperluas wawasan mengenai ekonomi digital dalam dunia perbankan.

