

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*FinTech* telah berkembang pesat di Indonesia, seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital dalam sektor perbankan. Bank sebagai salah satu sektor terbesar di Indonesia, juga telah mengintegrasikan berbagai layanan *FinTech* guna meningkatkan kepuasan nasabah diantaranya menerapkan *mobile banking* dan/atau internet banking yang dapat digunakan untuk transaksi. Namun, terdapat fenomena dimana tidak semua nasabah bank menerima inovasi teknologi ini dengan baik, beberapa nasabah merasa kurang percaya dan khawatir akan potensi risiko yang muncul seperti keamanan dalam layanan data digital dan potensi kerugian finansial (Idris Balaka et al., 2024; Indriastuti & Hidayat, 2021).

Mobile banking didefinisikan sebagai interaksi di mana pelanggan terhubung dengan bank melalui perangkat mobile seperti telepon seluler, smartphone, atau *personal digital assistant* (PDA). Layanan ini telah menjadi elemen penting dalam ekosistem perbankan modern, memungkinkan transaksi keuangan yang lebih efisien dan nyaman. Penggunaan mobile banking memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan dari mana saja dan kapan saja, yang mencakup pengecekan saldo, transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengelolaan keuangan (Arcand et al., 2017). Salah satu fenomena yang mencolok adalah pergeseran kebiasaan transaksi keuangan ke platform mobile yang menyeluruh. Layanan mobile banking telah terbukti memiliki nilai signifikan bagi pelanggan dan bank, membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap bank yang menyediakan layanan ini (Arcand et al., 2017). Ketersediaan dan kemudahan akses ke layanan perbankan mobile memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan dengan cara yang lebih mudah, aman, serta cepat.

Berdasarkan data yang di rangkum oleh Setiawati (2024) pada CNBC Indonesia Research didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Pengguna Digital Banking Terbanyak di Indonesia**

No	Perusahaan	Total Pengguna	Total Transaksi	Nilai Transaksi	Aplikasi dan Website
1	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BBRI)	33,5 juta	969,9 juta transaksi	Rp1.251,1 triliun	BRImo
2	PT Bank Central Asia Tbk (BBCA)	28,3 juta	7,2 miliar transaksi	Rp6.586 triliun	m-BCA dan klik BCA
3	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (BMRI)	24 juta	846 juta transaksi	Rp921 triliun	Livin'
4	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BBNI)	16,9 juta	318 juta transaksi	Rp347 triliun	BNI Mobile Banking
5	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BBTN)	2,7 juta	415 juta transaksi	Rp57,5 triliun	BTN Mobile

Sumber : CNBC Indonesia

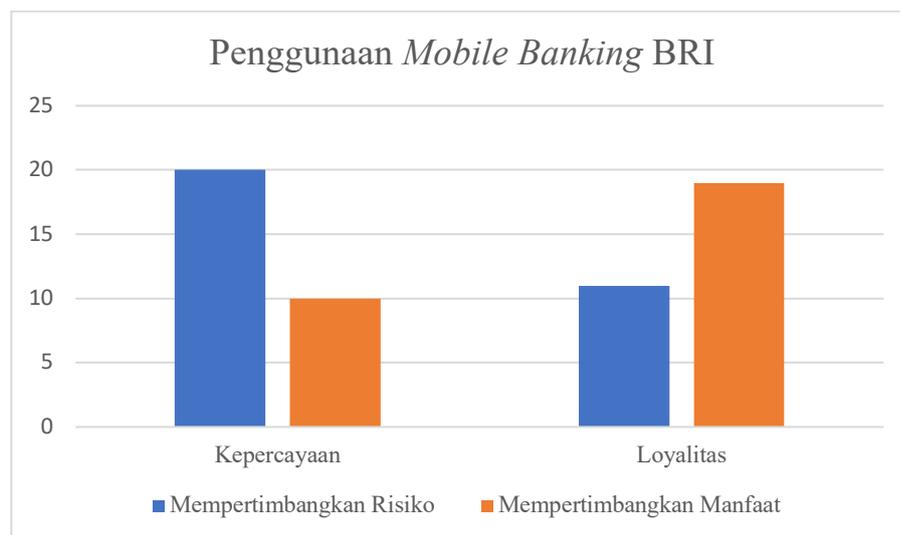
Data tersebut dibandingkan secara *year of year (yoy)* pada kuartal I 2024 yang mana dapat disimpulkan BRI tumbuh sebesar 30,3%, BCA tumbuh sebesar 9%, Bank Mandiri 39%, BNI tumbuh sebesar 18,5%, dan BTN tumbuh sebesar 138%.

Di Arab Saudi, meningkatnya penggunaan layanan *mobile banking* dipicu oleh inisiatif pemerintah untuk meningkatkan penggunaan aplikasi inovatif yang memudahkan kehidupan masyarakat. Ini termasuk dalam Visi 2030 Arab Saudi, yang bertujuan untuk meningkatkan investasi dalam sistem pintar baru (Baabdullah et al., 2019). Kebijakan ini tidak hanya mencerminkan pergeseran dalam kebijakan pemerintah tetapi juga perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari mereka. Keberhasilan *mobile banking* di berbagai negara menunjukkan pentingnya integrasi teknologi dalam menyediakan layanan yang tidak hanya efisien tetapi juga dapat diakses oleh

sebanyak mungkin pengguna. Dengan memanfaatkan teknologi, bank dapat menyediakan layanan yang lebih personal dan responsif, yang secara signifikan meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat hubungan pelanggan dengan bank.

Pra riset yang sudah dilakukan kepada 30 responden yang menggunakan *mobile banking* khususnya pada nasabah bank BRI didapatkan bahwa risiko yang bisa timbul dari menggunakan *mobile banking* dalam perbankan akan berdampak baik dalam sisi kepercayaan nasabah maupun loyalitas nasabah untuk pemakaian fasilitas digital tersebut, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Hasil Pra Riset Mengenai Penggunaan Mobile Banking**



Sumber : Data diolah oleh Penulis

Hasil dari pra riset tersebut sejalan dengan penelitian Triwardhani et al., (2023) menemukan bahwa risiko memiliki dampak signifikan dalam menurunkan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital di Indonesia, meskipun manfaat yang dirasakan dapat menetralkan efek negatif tersebut (Triwardhani et al., 2023). Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan mengkaji bagaimana risiko dan manfaat secara simultan mempengaruhi kepercayaan nasabah yang nantinya akan berdampak pada loyalitas nasabah. Dengan adanya inovasi terus-menerus dalam teknologi *mobile* dan keamanan siber, *mobile banking* diharapkan terus

berkembang dan memainkan peran yang lebih besar dalam sistem keuangan global. Fokus pada pengembangan dan peningkatan fitur mobile banking yang aman dan mudah digunakan akan menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Dalam perkembangan terkini di perbankan seluler, kepercayaan dan loyalitas nasabah menjadi inti penting yang menentukan adopsi dan kepuasan terhadap layanan perbankan. Berbagai faktor memengaruhi hal ini, termasuk kualitas sistem dan langkah-langkah keamanan yang diimplementasikan oleh bank. Kepuasan nasabah yang diperoleh dari fungsionalitas aplikasi perbankan seluler berdampak langsung pada loyalitas mereka. Selain itu, perbaikan berkelanjutan pada layanan mobile banking sangat diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang. Perubahan ini menjadi semakin penting selama pandemi COVID-19, di mana nasabah menjadi lebih bergantung pada layanan digital (Haiyan & Yizhou, 2024; Sabaityté et al., 2019; Shankar & Jebarajakirthy, 2019).

Saat ini sudah banyak penelitian mengenai kepercayaan dan loyalitas nasabah seperti yang sudah diteliti oleh Hoang et al., 2021; Hussain & Siddiqui, 2021; Nadhifa et al., 2023; Supriyanto et al., 2023; Zaid et al., 2020, tetapi masih sedikit yang membahas mengenai bagaimana faktor kepercayaan ini dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi risiko (Saoula et al., 2023; Switbert & Baleche, 2022).

Novelty dari penelitian ini terletak pada integrasi variabel-variabel risiko dan manfaat sebagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah, yang kemudian berdampak pada loyalitas. Dengan fokus pada nasabah perbankan pengguna *mobile banking* BRI di Jabodetabek, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai bagaimana bank dengan basis nasabah besar dan beragam dapat mengelola risiko dan manfaat teknologi untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah berdasar latar belakang dan identifikasi masalah pada penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah *Customer trust* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty* pada nasabah bank?
2. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty*?
3. Apakah *Perceived of Benefit* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty* pada nasabah bank?
4. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Customer trust* atau kepercayaan nasabah bank?
5. Apakah *Perceived of Benefit* berpengaruh signifikan terhadap *Customer trust* atau kepercayaan nasabah bank?
6. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer trust* pada nasabah bank?
7. Apakah *Perceived of Benefit* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer trust* pada nasabah bank?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena masalah yang dibahas pada latar belakang dan identifikasi permasalahan objek, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuktikan dan menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap *customer trust* dalam menggunakan layanan perbankan digital, seperti *mobile banking* pada nasabah bank BRI di Jabodetabek.
2. Membuktikan dan menganalisis pengaruh *perceived of benefit* terhadap *customer trust* dalam menggunakan layanan perbankan digital, seperti *mobile banking* pada nasabah bank BRI di Jabodetabek.
3. Membuktikan dan menganalisis pengaruh *perceived risk* dan *perceived of benefit* secara tidak langsung terhadap *customer loyalty* melalui *customer trust* pada nasabah bank di Jabodetabek.

4. Membuktikan dan menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap *customer loyalty* nasabah bank BRI di Jabodetabek.
5. Memberikan rekomendasi kepada Bank khususnya Bank BRI yang berada di Jabodetabek untuk mengelola risiko dan manfaat layanan *mobile banking* guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah bank dalam jangka panjang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur terkait pengaruh manfaat dan risiko terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah di sektor perbankan, khususnya di Indonesia.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah pengetahuan pada pengembangan model teoretis baru, terutama pada kajian perbankan digital seperti *mobile banking* di negara-negara berkembang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi Bank dan lembaga keuangan lainnya dalam meningkatkan layanan perbankan digital agar lebih mampu mengelola risiko dan manfaat untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah bank.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan strategis dalam merancang strategi untuk membantu mengatasi kekhawatiran nasabah terhadap risiko digital dan meningkatkan adopsi teknologi perbankan digital, sehingga membantu bank dalam menciptakan solusi yang lebih aman, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah bank di era digital.