BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang, semua kegiatan konsumen tidak pernah terlepas dari perbankan, semua orang membutuhkan layanan perbankan, mulai dari untuk menabung, transaksi jual-beli, investasi, hingga melakukan pembayaran-pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, air, telepon, bahkan pendidikan sekalipun. Proses yang cepat dan diikuti dengan kualitas layanan yang baik merupakan hal yang diharapkan oleh setiap konsumen terhadap layanan perbankan yang digunakan. Oleh karena itu di dalam industri perbankan terjadi persaingan yang ketat antar bank dalam memberikan layanan perbankan dengan kualitas terbaik, hal ini dilakukan agar nasabah merasa puas dan nasabah yang puas akan memiliki intensi untuk menggunakan kembali layanan tersebut atau bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada calon nasabah yang lain. Kualitas layanan yang baik akan melahirkan nasabah yang loyal diikuti dengan datangnya nasabah-nasabah baru. Kondisi ideal seperti inilah yang diinginkan bank – bank dalam industri perbankan. Karna nasabah memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan kehidupan suatu bank.

Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Rinaldy, Lubis, & Utami, 2017). Bank merupakan sebuah badan usaha yang menjalankan dua aktivitas yakni menghimpun dana dari masyarakat melalui produk-produk perbankan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman ataupun aktivitas – aktivitas yang membuat dana tersebut menjadi dana produktif dan nantinya akan memberi keuntungan kepada pihak – pihak terkait yaitu pihak yang menaruh dana pada bank, pihak yang menerima dana tersebut dan bank selaku penghubung antara pihak yang memberi dan menerima dana. Indonesia menggunakan dual-banking sistem atau sistem perbankan ganda yang melahirkan dua jenis bank umum yakni bank umum syariah dan bank umum

konvensional. Bank umum syariah merupakan bank yang mengadopsi konsep ekonomi islam ke dalam sistem operasionalnya. Konsep ekonomi islam ini merujuk pada sebuah konsep yang tidak bertentangan dengan syari'ah islam seperti tidak adanya bunga dan penggunaan akad dalam melakukan transaksi. Berbeda dengan bank umum konvensional yang memberlakukan bunga dalam sistem operasionalnya. Namun dalam perkembangannya, bank konvensional lebih diminati masyarakat dibandingkan dengan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan lebih tingginya total aset bank konvensional yakni sebesar Rp 7.022 Triliun pada tahun 2017, sedangkan bank syariah hanya mampu mencapai Rp 401,45 Triliun pada tahun 2017. Terjadinya gap antara minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah dan konvensional mengharuskan bank syariah untuk berusaha lebih keras dalam menarik minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah dan mempertahankan loyalitas nasabah tersebut dengan memberikan inovasi-inovasi produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen tanpa harus meninggalkan konsep ekonomi islam karena kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas. Jika jinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009) dan kualitas layanan yang baik akan melahirkan nasabah yang loyal diikuti dengan datangnya nasabah-nasabah baru.

Hadirnya Teknologi Informasi dan Komunikasi *(information and communication technology,* ICT*)* , telah merevolusi cara hidup umat manusia di segala bidang, cara berkomunikasi, cara bekerja, cara belajar, cara berbisnis, dan lain sebagainya. Dengan ICT, semua proses kerja dan konten akan ditransformasikan dari fisik yang statis menjadi digital, mobile, virtual dan personal. Salah satu bidang yang terkena dampak ICT adalah industri perbankan baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah dengan mengembangkan layanan perbankan berbasis ICT yaitu *mobile banking (m-banking)* yang merupakan bagian dari produk internet banking atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-banking.* Layanan *m-banking* membuka kesempatan bagi

nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone atau *Personal Data Assistant* (PDA) (Wardhana, 2015). *M-banking* merupakan sebuah sistem layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum tentang produk dan jasa bank yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat mobile seperti telepon selular berbasis GSM. Dengan hadirnya layanan *m-banking* dapat dijadikan peluang bagi industri perbankan khususnya perbankan syariah untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah dan mempertahankan loyalitas nasabah yang dapat meningkatkan angka statistik perbankan syariah di Indonesia dan berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan nilai-nilai ekonomi islam di Indonesia. Laporan OJK menunjukkan pada tahun 2016 pengguna e-Banking sudah mencapai angka 50,4 juta nasabah yang mana merupakan nilai eksklusifitas *m-banking* sebagai media layanan perbankan syariah karena adanya pangsa pasar yang besar dari konsumen dalam menggunakan produk-produk berbasis ICT yang dinilai lebih cepat, dan efisien. Diharapkan dengan adanya *m-banking* dapat membantu meningkatkan kepuasan nasabah dalam pemenuhan kebutuhan sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada perbankan syariah khususnya.

Adapun alasan mengapa peneliti mengambil Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Sleman sebagai objek penelitian adalah karena belum pernah ada penelitian sejenis yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Sleman. Hal ini dapat dilihat pada studi sejenis yang dilakukan oleh Hariansyah, Wardani & Herlambang (2019) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna Layanan BRI *Mobile* Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. Nawangsari dan Widiastuti (2018) dalam studinya juga melakukan penelitian sejenis pada Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus PT. Bank DKI – Depok). Rinaldy, Lubis & Utami (2017) juga telah melakukan penelitian sejenis dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BNI Di Banda Aceh dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah,

dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. Beradasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mermaksud melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Terhadap Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BSM Di Kabupaten Sleman "**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Efficiency* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
2. Bagaimana persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Fulfillment* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
3. Bagaimana hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *System Availability* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
4. Bagaimana hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Privacy* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
5. Bagaiaman hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Responsiveness* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
6. Bagaimana hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Contact* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
7. Bagaimana hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Compensation* terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
8. Bagaiaman hubungan persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri mengenai *Efficiency*, *Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Contact,* dan *Compensation* secara simultan terhadap Kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?
9. Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Efficiency* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
2. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Fulfillment* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
3. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *System Availability* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
4. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Privacy* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
5. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Responsiveness* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
6. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Contact* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
7. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap *Compensation* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman
8. Untuk menguji dan mengetahui hubungan pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri mengenai *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Contact,* dan *Compensation* secara simultan terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman

9. Untuk menguji dan mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Secara teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberi kontribusi dalam hal strategi yang berkaitan dengan kepuasan nasabah melalui inovasi-inovasi teknologi dan informasi seperti *mobile banking*.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah Mandiri, dapat menjadi masukan dalam meningkatkan kualitas dari *mobile banking* agar dapat memenuhi permintaan nasabah sehingga nasabah merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri (BSM).
b. Bagi akademis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan referensi baru dalam hal kepuasan nasabah nasabah melalui *mobile banking*.
c. Bagi penulis, dapat menambah wawasan baru dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah pada realita yang terjadi di masyarakat yang terkait dengan kepuasan nasabah melalui *mobile banking*.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai isi bahasan pada penelitian ini, maka penulis akan menguraikan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama terdiri atas latar belakang masalah yang mana merupakan alasan-alasan berupa fenomena riil yang terjadi di lapangan yang menjadi dasar penulis dalam menentukan topik permasalahan yang akan dibahas. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua terdiri atas telaah pustaka, landasan teori, perumusan hipotesis, dan kerangka berfikir. Pada bagian telaah pustaka berisi tentang penelitian-penelitian terdahulu yang masih relevan dengan topik yang diteliti. Dilanjutkan dengan landasan teori yang terdiri dari teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian. Perumusan hipotesis berisi tentang hipotesis atau dugaan sementara penulis mengenai pengaruh persepsi nasabah BSM terhadap *efficiency, fulfilment, system availability, privacy, security, contact,* dan *compensation* terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman. Kerangka berfikir merupakan gambaran sistematis bagaimana pengaruh persepsi nasabah BSM yang telah disebutkan sebelumnya terhadap kualitas layanan *mobile banking* dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang terdiri atas penjelasan terkait desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, obyek, populas dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi konseptual dan operasional variabel, dan instrumen yang digunakan serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi uraian analisis data terhadap hasil penelitian. Pada bab ini dipaparkan karakteristik demografi responden, statistika deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, hasil uji simultan, koefisien determinasi, dan hasil uji hipotesis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas pokok masalah dari penelitian yang telah dilakukan, dalam hal ini akan dipaparkan kesimpulan hasil penelitian tentang pengaruh persepsi nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) terhadap kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSM di Kabupaten Sleman. Saran adalah masukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta masukan kepada Bank Syariah Mandiri dan pihak lain yang terkait dan berkepentingan.