

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Era global teknologi berkembang dengan pesat khususnya pada sektor komunikasi dan informasi. Terjadinya perubahan luar biasa pada industri perbankan berawal dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Teknologi digital yang berkembang di industri perbankan dan keuangan merupakan pengaruh yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Tidak lain dikarenakan semakin tingginya persaingan antar perusahaan perbankan, dimana kualitas sistem perbankan yang ditunjang dengan teknologi perbankan yang sangat mumpuni dan memadai.

Teknologi yang mumpuni dan kualitas sistem teknologi informasi akan menentukan keberhasilan bank. Keberhasilan teknologi yang digunakan diharapkan mampu memberikan kemudahan, kecepatan, kenyamanan dalam setiap transaksi yang akan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan bisnis bank. Layanan digital disebut sebagai layanan perbankan digital yaitu sebagai layanan perbankan melalui kantor bank ataupun kantor cabang yang menggunakan sarana elektronik yang dimiliki oleh kantor bank ataupun kantor cabang tersebut. Digital beradaptasi dan menciptakan bisnis baru yang berpeluang sebagai peningkatan hubungan konsumen.<sup>1</sup>

Menurut Matt, Hess dan Benlian semua perusahaan teknologi digital menjadi suatu perubahan, dikarenakan perusahaan telah menciptakan berbagai bentuk rencana untuk tercapainya manfaat termasuk bisnis

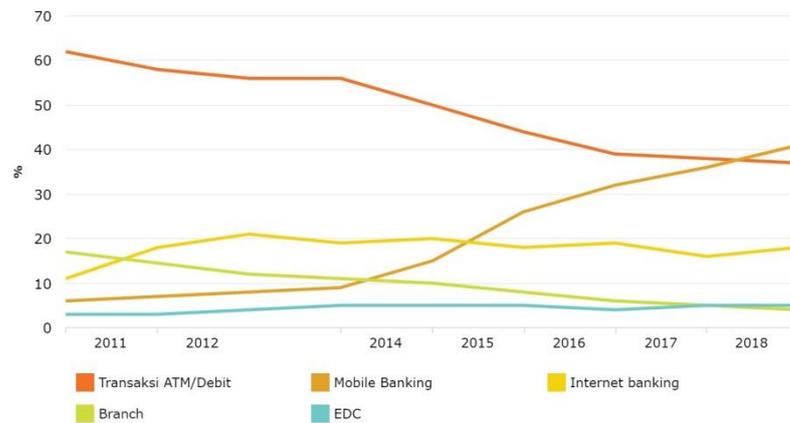
---

<sup>1</sup>Schumann, C.&Tittmann, C, *Digital Business Transformation in the Context of Knowledge Management*, Academic Conferences International Limited, Kidmore End, 2015, 675.

perbankan. Perubahan teknologi digital memberikan perubahan terhadap perusahaan, karena perubahan teknologi digital merupakan perubahan signifikan pada struktur organisasi untuk menggabungkannya dengan strategi bisnis.<sup>2</sup>

**Grafik 1.1**

**Transaksi digital berdasarkan frekuensi (2011-2018)**



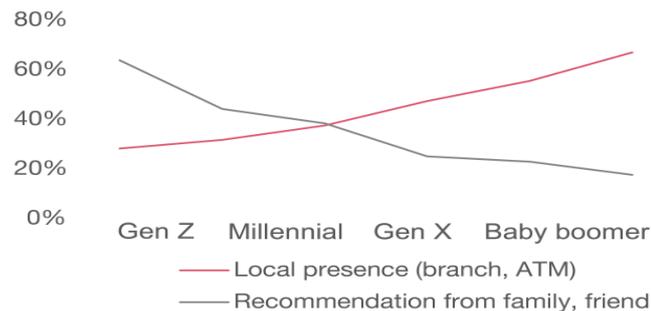
Sumber : Institute for Development Economy and Finance (INDEF)

Dilihat dari tabel 1.1 transaksi digital yang menggeser peran kantor cabang dan atm yang dilakukan survey di Indonesia oleh *Institute for Development Economy and Finance (INDEF)*. Pada tahun 2011 pengguna *digital banking*, pengguna mobile banking terdapat 6%. Berbanding terbalik di tahun 2018 pengguna mobile banking sebanyak 41% pengguna. Dengan peningkata sebesar tujuh kali lipat dari tahun 2011. Sedangkan transaksi ATM tahun 2011 sebanyak 62% pengguna, di tahun 2018 transaksi ATM sebesar 38%. Dan transaksi melalui kantor cabang tahun 2010 sebanyak 17% dimana angka tersebut menunjukkan penurunan yang sangat drastis dibandingkan pada tahun 2018 yakni transaksi yang dilakukan dikantor

<sup>2</sup>Matt, C., Hess, T. & Benlian, A., *Digital Transformation Strategies, Business & Information Systems Engineering* 2015, vol. 57, no. 5, pp. 339-343

cabang sebanyak 4%.<sup>3</sup> Transaksi yang mengalami perubahan dari tahun 2011 sampai tahun 2018 mengalami lonjakan yang sangat drastis membuat perbankan syariah harus mengikuti perkembangan.

**Grafik 1.2**  
**Trend Digital Banking 2019**



Sumber: PWC 2019 Digital Banking Consumer Survey

Pada tabel 1.2 survey yang dilakukan dan diris oleh *Price Waterhouse Coopers (PWC Digital Banking Consumer Survey* di tahun 2019. Menunjukkan bahwa setiap nasabah beda usia akan mempengaruhi transaksi. Dari segi jaman para nasabah akan dibagi menjadi 2 tipe yang pertama ada gen X dan baby Boomer yaitu usia di atas 35 tahun sebanyak 50% masih menggunakan ATM atau *Counter Banking* untuk melakukan transaksi. Sedangkan generasi millennial dan gen Z yaitu usia yang dibawah 35 tahun sebanyak 30%. Dan disinilah bangaimana usia akan mempengaruhi *primary banking* atau tujuan utama nasabah untuk bertransaksi.<sup>4</sup>

*World Economic Forum* di tahun 2015 memprediksi pada tahun 2020 Indonesia menjadi pasar digital terbesar di Asia Tenggara. Hal tersebut memperjelas peluang untuk mengembangkan dan membangun keuangan

<sup>3</sup>Institute for Development Economy and Finance (INDEF) diakses pada tanggal 20 januari 2020

<sup>4</sup> Pwc 2019 Digital Banking Consumer Survey di akses pada 22 february 2019 pukul 21.22

digital, diperkuat dengan kenyataan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau dikenal dengan APJII. Mencatat sebesar 132,7 juta penduduk Indonesia terhubung internet atas perkembangan penggunaan smartphone yang begitu mudah untuk mengaksesnya.

Bank syariah mandiri untuk menghadapi tantangan ini dan memperkuat daya saingnya melalui peningkatan layanan *digital banking*, perusahaan melakukan transformasi digital dalam bentuk peluncuran Mandiri Syariah Mobile (MSM). Mandiri Syariah Mobile (MSM) adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.<sup>5</sup>

Bank Mandiri syariah menjadi bank syariah pertama di Indonesia yang memiliki fitur pembukaan rekening online melalui aplikasi Mandiri Syariah Mobile (MSM). Melalui MSM masyarakat dapat membuka rekening tanpa harus datang ke Kantor Cabang. Cukup dengan mengunduh Mandiri Syariah Mobile (MSM) di handphone dan mengikuti prosesnya, masyarakat sudah memiliki rekening Mandiri Syariah.<sup>6</sup>



Layanan Mobile Banking merupakan perpaduan antara sistem informasi dan teknologi, untuk menunjang aktivitas perbankan tanpa mengunjungi kantor. Dan nasabah dapat mengakses menggunakan perangkat Mobile smartphone. Suatu sistem akan lebih mudah diterima dan akan selalu digunakan jika pengguna merasakan kemudahan dalam pengoperasiannya.

<sup>5</sup><https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/jasa-produk/mandiri-syariah-mobile> diakses pada tanggal 6 juli 2020 pukul 18.15

<sup>6</sup> <https://www.mandirisyariah.co.id/news-update/mandiri-syariah-bank-syariah-pertama-yang-buka-fitur-rekening-online> diakses pada tanggal 8 juli 2020 pukul 10.27

Intensitas dan interaksi pengguna dengan sistem menunjukkan bahwa sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi.<sup>7</sup>

Kualitas layanan melalui digital banking yang sangat mumpuni menjadikan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) pada tahun 2019 berhasil membukukan peningkatan laba bersih hingga 100,38%. Secara tahunan sepanjang 9 bulan dan tahun ini menjadi 872 milyar. Perolehan laba tersebut didorong oleh layanan digital PT. Bank Syariah Mandiri, dan jumlah rekening PT. Bank Syariah Mandiri mencapai 8 juta rekening pada September 2019. Angka ini menempatkan perseroan di peringkat 8 besar tabungan nasional

Menurut Parasuraman, *meningkatkan* bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk menemani keinginan dan memenuhi konsumen dengan mengutarakan harapan konsumen atau nasabah. Kualitas pelayanan merupakan evaluasi yang diterima terhadap layanan dari bank dengan harapan dari nasabah atau konsumen. Dengan tinggalkan mutu layanan oleh sesuatu industri perbankan dengan metode yang nyata buat memihak persaingan mempertahankan konsumen ataupun nasabah.<sup>9</sup>

Keberhasilan perusahaan atau suatu bank dalam berkompetisi tergantung pada pelayanan kepada nasabah. Dalam dunia perbankan banyak terjadinya persaingan terhadap kualitas sistem informasi dan SDM. Khususnya pada teknologi yang menggunakan aspek-aspek pelayanan semakin ditingkatkan. Philip Kotler berpendapat bahwa kepuasan merupakan yang diperoleh atau diharapkan oleh konsumen atau nasabah, terhadap kepuasan konsumen atau

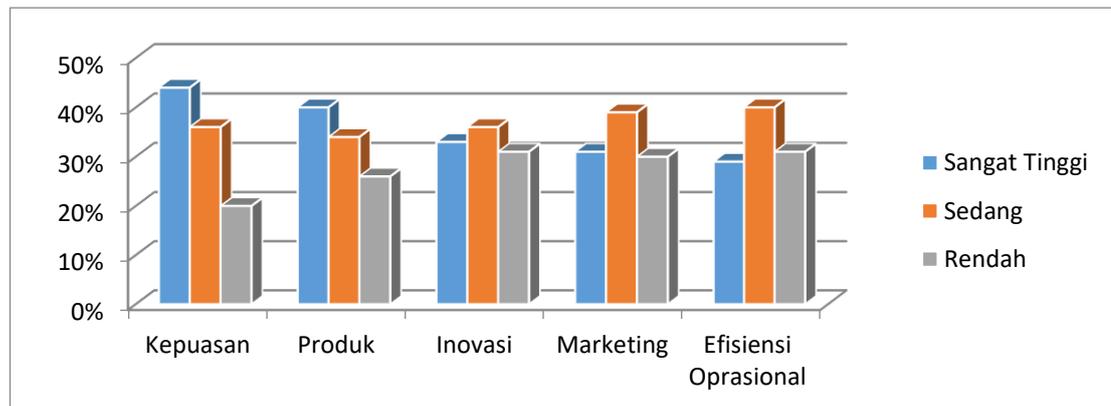
<sup>7</sup> Andri daisy rahmad, "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sms Banking", Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 43 No.1, 2017, hal. 38

<sup>8</sup>Tjiptono, Fandy. *Pemasaran jasa*. (Yogyakarta: Andi Offest 2014), 282

<sup>9</sup>Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 152.

nasabah untuk menyatakan perbandingan diantara jasa atau produk yang diterima oleh konsumen atau nasabah.<sup>10</sup>

**Tabel 1.4**  
**Faktor Transformasi Digital Bank 2019**



Sumber : Innovation Retail Banking Tahun 2019

Pada tabel 1.4 faktor pendorong transformasi digital bank yang ditanyakan kepada responden terhadap pengguna digital banking. Dimana menerapkan digital banking dengan tujuan utamanya yang dicapai adalah sebuah kepuasan.<sup>11</sup>

Persaingan di dunia bisnis perbankan tepatnya dalam memberikan fasilitas pelayanan jasa yang ketat, hal ini terbukti dari beberapa bank yang menawarkan berbagai layanan yang sesuai kebutuhan konsumen atau nasabah. Layanan tersebut seperti mobile banking, Internet Banking, notifikasi banking, dan ATM. Dimana menjadikan setiap perbankan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar tercapainya kepuasan dan keinginan setiap nasabah.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 193

<sup>11</sup> *Innovation Retail Banking Tahun 2019, Digital banking report* diakses pada tanggal 20 mei 2020

<sup>12</sup> Yuniar Fitriyanti, *Strategi Pemasaran Pelayanan E-Banking di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya*, Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016, 2

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti tentang Kualitas sistem dan kualitas pelayanan melalui digital banking terhadap kepuasan nasabah diantaranya Irfan Nurhamadi Harish (2017) dalam penelitiannya mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi berbeda hasil peneliti yang dilakukan oleh Lilis Susilawaty dan Nicola Nicola (2020) dimana pada penelitiannya didapatkan hasil bahwa dalam penelitiannya menunjukkan pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Perkembangan teknologi informasi yang mengalami perubahan dengan cepat dan semakin pesat. Perbankan syariah harus mengetahui teknologi digital terhadap pelayanan perbankan syariah, dimana perbankan syariah harus tampil kreatif, inovatif, dan juga modern dengan layanan berbasis digital. Dengan penjelasan diatas penulis tertarik untuk meneliti “PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI *DIGITAL BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH” (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Mojokerto)



## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap *digital banking* pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *digital banking* pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto?

3. Apakah *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto?
4. Apakah kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah nasabah perbankan syariah pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto?

### C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui dan menginterpretasikan kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap *digital banking* pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menginterpretasikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *digital banking* pada PT. Bank Syariah mandiri KCP. Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan menginterpretasikan *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah mandiri KCP. Mojokerto.
4. Untuk mengetahui dan menginterpretasikan kualitas system berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah mandiri KCP. Mojokerto.
5. Untuk mengetahui dan menginterpretasikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah mandiri KCP. Mojokerto.



#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diterima dari penelitian atau riset dibawah ini :

##### 1. Manfaat untuk akademisi

Pada penelitian ini manfaat untuk akademisi diharapkan mampu memberikan tambahan referensi dan informasi tentang *digital banking* di era milenial ini. Serta memberikan kajian yang sangat beragam serta wawasan yang diharapkan mampu memberikan refrensi terbaru terhadap kualitas sistem dan kualitas pelayanan melalui digital banking terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.

##### 2. Manfaat untuk perusahaan

Pada penelitian ini manfaat untuk Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi perusahaan khususnya perbankan sehingga dapat meningkatkan prospek kerja perusahaan dimasa mendatang. Sehingga mampu dijadikan bahan kebijakan dan meningkatkan pangsa pasar dalam dunia global.

##### 3. Manfaat untuk nasabah

Pada penelitian ini manfaat untuk nasabah diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan memanfaatkan pelayanan melalui digital banking. Kemudahan disetiap bertransaksi dengan layanan digital baking, yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari oleh konsuen atau nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP. Mojokerto.

