

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Philip Kotler, 2016), “Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan memilih pasar sasaran dan menciptakan, menyediakan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Sebuah proses yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan. Menurut (Assauri, 2020), Manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, persiapan dan pelaksanaan kegiatan agar perusahaan dapat menghasilkan laba.. Sedangkan Menurut (Hari Sudarsono, 2020), Manajemen pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan (meliputi mengatur, mengarahkan, dan mengkoordinasikan) kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Fungsi manajemen pemasaran tentunya memiliki aktivitas analitik. Artinya, analisis dilakukan untuk menelaah pasar dan lingkungan pemasarannya untuk mengetahui peluang memenangkan pasar dan ancaman apa yang harus dihadapi.

Dalam bisnis global, terdapat hubungan simbiosis antara produsen sebagai penjual produk dan konsumen sebagai pembeli. Produsen memerlukan konsumen untuk membeli produk, sementara konsumen membutuhkan produsen untuk memenuhi kebutuhannya (Qazzafi, 2016). Hubungan ini telah berlangsung selama berabad-abad, bahkan sejak teknologi belum berkembang. Namun, dengan kemajuan teknologi informasi, sistem bisnis mengalami transformasi signifikan. Saat ini, teknologi informasi menjadi pilar utama dalam mendukung bisnis global (Laudon *et al.*, 2021). Proses yang sebelumnya memakan waktu dan sumber daya kini dapat dilakukan lebih cepat dan efisien, bahkan pekerjaan yang memerlukan banyak tenaga manusia kini dapat diselesaikan dengan bantuan teknologi. Kombinasi pembelajaran mesin dan kecerdasan bisnis, misalnya, memungkinkan perusahaan mengolah data untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, dan layanan pelanggan (Davenport *et al.*, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi tidak hanya memperbaiki efisiensi tetapi juga mendorong daya saing perusahaan di pasar global.

Industri perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama akibat pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan sosial yang mengikutinya. Selain itu, tantangan struktural seperti skala usaha, daya saing perbankan, serta perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat turut menjadi perhatian. Untuk merespons hal tersebut, OJK telah menyusun Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia 2020–2025 (RP2I). RP2I dirancang untuk memberikan arah pengembangan perbankan, baik dalam jangka pendek untuk mendukung pemulihan ekonomi nasional, maupun dalam jangka panjang untuk memperkuat daya tahan (resiliensi), daya saing, dan kontribusi perbankan terhadap perekonomian. Perkembangan teknologi informasi semakin memengaruhi lanskap perbankan, salah satunya dengan munculnya layanan perbankan digital seperti aplikasi BRIMO (BRI *Mobile*) yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI). Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara *online* dengan lebih

mudah. Menurut (Kuswandi *et al.*, 2014), fitur layanan menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan nasabah, terutama dalam hal kemampuan berinteraksi dengan pelanggan. Namun, keberhasilan aplikasi perbankan digital tidak hanya bergantung pada kelengkapan fitur, tetapi juga pada keamanan dan kualitas layanan. Layanan *mobile banking* meningkatkan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke ATM atau kantor cabang. Hal ini memungkinkan penghematan waktu dan memberikan kenyamanan lebih bagi nasabah (Supriyono *et al.*, 2011).

Dalam era digital yang terus berkembang, perbankan berbasis aplikasi menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat, termasuk nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Salah satu inovasi digital yang ditawarkan BRI adalah aplikasi BRI_{Mo} (BRI Mobile), yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan secara mudah dan cepat melalui perangkat seluler. Namun, meskipun aplikasi ini dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan, masih ditemukan berbagai keluhan dari nasabah, seperti fitur yang kurang responsif, gangguan sistem saat jam sibuk, hingga kekhawatiran terhadap aspek keamanan transaksi. Di wilayah Situbondo, khususnya di Unit BRI Suboh, fenomena ini terlihat dari adanya perbedaan persepsi nasabah terhadap kepuasan penggunaan BRI_{Mo}. Sebagian merasa terbantu dengan fitur-fitur yang tersedia, namun sebagian lainnya mengeluhkan ketidakstabilan sistem atau kurangnya informasi dari pihak bank. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana fitur, keamanan, dan kualitas layanan BRI_{Mo} benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini.

Kepuasan nasabah BRI terhadap penggunaan BRI_{Mo} dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan keamanan. Fitur autentikasi dua faktor dan enkripsi data memberikan rasa aman, sementara fasilitas lengkap seperti transfer antar bank dan pembayaran tagihan membuat nasabah lebih puas. Dukungan pelanggan yang responsif juga meningkatkan pengalaman nasabah. Menurut (Qazzafi, 2016), kepuasan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan dibandingkan dengan harapan mereka. Jika BRI_{Mo} melebihi harapan nasabah dalam hal kemudahan, keamanan, dan layanan, kepuasan mereka akan meningkat, mendorong loyalitas dan penggunaan yang lebih intensif.

Fitur adalah sebuah properti atau karakteristik dari suatu produk, sistem, atau layanan yang dirancang untuk memberikan nilai atau manfaat tertentu bagi penggunanya. Fitur dapat berupa fungsi, kemampuan, atau fasilitas yang membuat produk, sistem, atau layanan tersebut lebih berguna, efisien, atau menarik. Keamanan adalah suatu kondisi atau perasaan bebas dari bahaya, ancaman, atau risiko yang dapat merugikan atau membahayakan. Keamanan dapat bersifat fisik, seperti keamanan dari tindakan kriminalitas atau bencana alam, maupun non-fisik, seperti keamanan data pribadi atau informasi penting. Kualitas layanan BRI_{Mo}, seperti autentikasi dua faktor, enkripsi data, dan notifikasi transaksi *real-time*, meningkatkan rasa aman dan kenyamanan nasabah. Keamanan yang terjamin membangun kepercayaan, sementara kemudahan akses dan kecepatan transaksi menambah kenyamanan. Menurut teori SERVQUAL dari (Pratiwi *et al.*, 2023), kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keamanan sebagai bagian dari kualitas layanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas

layanan BRI^{Mo}, semakin besar kepuasan nasabah, yang mendorong penggunaan aplikasi lebih intensif dan meningkatkan loyalitas.

Penggunaan fitur BRI^{Mo} pada BRI Unit Suboh berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fitur-fitur seperti autentikasi dua faktor, notifikasi transaksi real-time, dan kemudahan akses memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Selain itu, kecepatan dan efisiensi layanan melalui BRI^{Mo} membantu nasabah menghemat waktu tanpa harus mengunjungi kantor unit. Menurut (Qazzafi, 2016) , jika layanan memenuhi atau melebihi harapan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Dalam konteks ini, BRI^{Mo} membantu BRI Unit Suboh memenuhi kebutuhan nasabah secara digital, sehingga memberikan pengalaman layanan yang lebih baik, meningkatkan kepuasan, dan membangun loyalitas nasabah terhadap layanan bank.

Grand theory yang mendasari penelitian ini yaitu kepuasan nasabah merupakan hasil dari evaluasi nasabah terhadap pengalaman menggunakan layanan, di mana fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan memberikan nilai fungsional dan kenyamanan, sementara keamanan yang terjamin memberikan rasa percaya dan perlindungan terhadap risiko. Kualitas layanan yang baik, yang ditandai dengan kecepatan, keandalan, dan responsifitas, menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan persepsi nilai. Kombinasi antara fitur yang memadai, keamanan yang terjamin, dan kualitas layanan yang baik akan membentuk persepsi positif nasabah terhadap BRIMO, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan. Penelitian di BRI Unit Suboh dapat menguji dan memperdalam pemahaman tentang bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi dan berkontribusi terhadap kepuasan nasabah dalam konteks spesifik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana analisis fitur brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?
2. Bagaimana analisis keamanan brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?
3. Bagaimana analisis kualitas layanan brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis fitur brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis keamanan brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan brimo terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memiliki hasil yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya mengenai fitur, keamanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berguna untuk peneliti yang akan menyempurnakan penelitian sebelumnya.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam memahami masalah yang akan diteliti terutama yang berhubungan dengan fitur, keamanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Bank Rakyat Indonesia

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat pada sektor perbankan terutama Bank Rakyat Indonesia dalam meningkatkan fitur, keamanan, dan kualitas layanan *mobile banking*.

