

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan Bank Negara Indonesia (BNI)

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996.

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank”) pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank Sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan

penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.v02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 Tambahan No. 29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015.

Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI *Multifinance*, BNI Sekuritas, BNI *Life Insurance*, dan BNI *Remittance*.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul dalam Layanan dan Kinerja

B. Misi

1. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
2. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.

3. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas.
5. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Teknologi internet terus mengalami kemajuan dan perkembangan dari segi fungsi maupun teknologi itu sendiri. Internet dapat dimanfaatkan sebagai media pengantar informasi dalam berbagai macam kebutuhan seperti kebutuhan bisnis maupun pendidikan. Dengan adanya teknologi yang canggih, masyarakat sangat antusias dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menunjang kegiatan secara efektif dan efisien. Berdasarkan data dari Kompas, pengguna internet di Indonesia yang paling banyak terdapat di wilayah Jawa dengan jumlah sekitar 57,70 persen. Sedangkan untuk wilayah lainnya seperti Sumatera 19,09 persen, Kalimantan 7,97 persen, Sulawesi 6,73 persen, Bali-Nusa 5,63 persen, dan Maluku-Papua 2,49 persen. Total keseluruhan pengguna internet di Indonesia adalah 72,41 persen. Internet di Indonesia biasanya digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan di bermacam-macam sektor seperti perbankan, industri, sosial media dan lain-lain. Biasanya internet di sektor perbankan digunakan untuk proses layanan seperti *mobile banking*, *internet banking*, *call center* dan yang lainnya.

Industri Perbankan adalah industri yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Industri ini biasa melayani hal-hal yang berkaitan dengan masalah keuangan masyarakat karena di industri ini masyarakat biasanya sering beraktivitas menggunakan uang mereka. Aktivitas yang biasa dilakukan oleh masyarakat di Industri Perbankan adalah menyimpan uang, mengambil uang, mengirim uang, dan lain-lain di Bank. Bank sendiri memiliki arti sebagai berikut yaitu sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang

dikenal sebagai banknote. Kata bank sendiri berasal dari bahasa Italia *banca* yang berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut undang-undang perbankan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Namun aktivitas-aktivitas seperti mengambil uang, meminjam uang, menyimpan uang, dan lain-lain ini masih terbilang harus menghadiri Bank tersebut. Tetapi ada beberapa layanan yang tidak memerlukan untuk pergi ke Bank atau ATM sekalipun, yaitu layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking*, dan lain-lain. Layanan ini biasanya disebut dengan layanan *self service*. Layanan *self service* biasanya digunakan oleh nasabah untuk melakukan aktivitas seperti mengirim uang/transfer uang, melihat saldo, pembayaran kartu kredit, pembayaran telepon, dan lain-lain. Sementara aktivitas lainnya seperti mengambil uang, meminjam uang tidak bisa dilayani dengan penggunaan layanan *self service* ini.

Salah satu layanan *self service* yang akan dibahas di penelitian ini adalah layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* adalah salah satu layanan transaksi perbankan yang menggunakan teknologi internet dan bisa difungsikan di media *mobile* dan bisa dilakukan dimanapun dengan akses 24 jam. Media *mobile* yang digunakan biasanya berupa *device smartphone*. Layanan *mobile banking* banyak memberikan manfaat bagi nasabah yaitu salah satunya adalah memberikan kemudahan di dalam bertransaksi yang bisa dilakukan oleh nasabah dimana saja dan kapan saja sehingga jika nasabah melakukan transaksi tidak harus datang ke ATM (Anjungan Tunai Mandiri) maupun kantor cabang dari bank tersebut. Serta dalam menerima informasi transaksi melalui *mobile banking* juga dirasa lebih cepat dan efisien untuk para nasabah. Di Indonesia pengguna *mobile banking* jumlahnya cukup banyak dari berbagai macam bank.

Terdapat lima 5 bank besar yang menggunakan sistem layanan *mobile banking*. Berdasarkan data dari Top Brand Index 2018 fase 1 Bank yang memiliki pengguna layanan *mobile banking* terbanyak di Indonesia adalah Bank BCA. Lalu disusul dengan Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, dan Bank CIMB Niaga. Dengan rincian jumlah pengguna dari layanan *mobile banking* sebagai berikut,

untuk Bank BCA dengan layanannya bernama m-BCA pada tahun 2018 memiliki jumlah persentase sebesar 49.5%. Lalu untuk posisi urutan kedua diperoleh dari *m-Banking Mandiri* dengan jumlah persentase 17.8%. Lalu, posisi urutan ketiga diperoleh dari BRI dengan layanannya bernama *BRI Mobile* dengan jumlah persentase 14.6%. Untuk Bank BNI sendiri terletak pada posisi keempat dengan jumlah persentase 11.4% dengan layanannya yang bernama *BNI Mobile*. Sedangkan untuk CIMB Niaga *Mobile* berada pada urutan terakhir dengan jumlah persentase 3.3%. Dengan ukuran jumlah pengguna yang banyak itu maka tak heran bila *mobile banking* menjadi sangat cocok untuk digunakan sebagai objek penelitian. Di dalam penelitian ini, akan digunakan Bank BNI dan sistem layanan *mobile banking*nya sebagai objek penelitian yang tujuannya adalah untuk meneliti kepuasan masyarakat terhadap layanan *mobile banking* dari Bank BNI. Untuk melihat jumlah pengguna dari layanan *mobile banking* pada tahun 2018 berdasarkan data dari Top Brand Award 2018 fase 1 bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Top Brand Awards

MEREK	TBI	TOP
m-BCA	49.5%	TOP
m-Banking Mandiri	17.8%	TOP
BRI Mobile	14.6%	TOP
BNI Mobile	11.4%	
CIMB Niaga Mobile	3.3%	

Sumber: (Topbrand-award, 2018)

Bank BNI adalah salah satu Bank yang terdapat di Indonesia. Kepanjangan dari Bank BNI sendiri adalah Bank Negara Indonesia dengan *index* sahamnya yang bernama IDX:BBNI. Bank BNI adalah sebuah institusi bank milik pemerintah, dalam hal ini adalah perusahaan BUMN yang ada di Indonesia. Bank BNI juga memiliki layanan *self service* berupa layanan *Mobile Banking*. *Mobile Banking BNI* juga memiliki fitur – fitur dan layanan yang hampir mirip dengan *mobile banking bank* yang lainnya. Bank-bank yang memiliki layanan *mobile banking* selain BNI adalah Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank CIMB Niaga, dan yang lainnya. Walaupun *mobile banking* yang tersedia hampir semuanya memiliki fitur-fitur yang

mirip namun setiap bank tentunya mempunyai daya tarik tersendiri bagi kalangan para nasabah dalam memilih layanan *mobile banking* yang telah tersedia. Dengan persaingan yang sangat ketat itulah setiap bank harus mempunyai *performance* yang dapat dilihat dari segi promosi, kualitas layanan dan lain-lain. Layanan *mobile banking* BNI memiliki jumlah pengguna yang relatif cukup besar. Berdasarkan data dari Top Brand Award fase 1 tahun 2017 *mobile banking* BNI memiliki jumlah persentase sebesar 10.1% dan menduduki posisi urutan keempat. Untuk posisi urutan pertama di duduki oleh Bank BCA dengan jumlah persentase 48,1%. Jumlah persentase pengguna *mobile banking* BNI sebesar 10.1% ini adalah jumlah pengguna pada tahun 2017. Berbeda dengan jumlah pengguna *mobile banking* BNI pada tahun 2018 yang memiliki jumlah sebesar 11.4%. Itu berarti terdapat kenaikan persentase dari tahun 2017 sampai tahun 2018. Kenaikan persentase ini bisa disebabkan oleh banyak faktor antara lain kepuasan nasabah, pelayanan, banyaknya fitur, dan lain-lain. Salah satu faktor yang akan di teliti di penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang bisa mengakibatkan naik turunnya jumlah pengguna *mobile banking* pada produk layanan milik bank BNI dalam judul penelitian “Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia (studi kasus mahasiswa/i Bandung Raya)”.

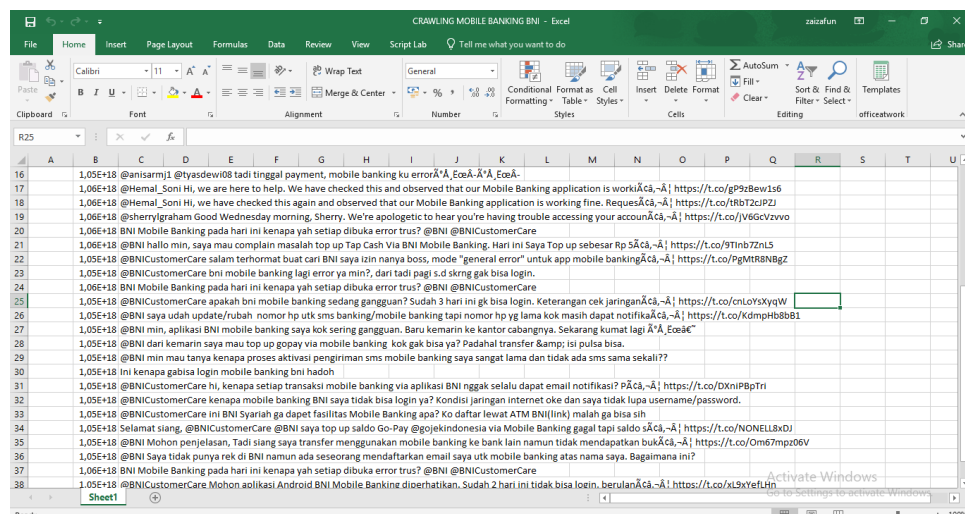
Tabel 1. 2 Top Brand Award 2017

MEREK	TBI	TOP
m-BCA	48.1 %	TOP
m-Banking Mandiri	21.1%	TOP
BRI Mobile	12.2%	TOP
BNI Mobile	10.1%	

Sumber: (Topbrand-award, 2017)

Kepuasan nasabah di dalam penggunaan layanan *mobile banking* juga bisa dilihat dari data-data banyaknya keluhan yang hadir pada layanan *mobile banking bank* tersebut. Data keluhan-keluhan itu bisa di ambil dan di lihat dari sumber mana saja, mulai dari sosial media, email, dan lain-lain. Namun penulis di dalam pengambilan data keluhannya menggunakan cara *crawling* pada sosial media

Twitter dan untuk cakupan daerahnya penulis lebih berfokus mencari data keluhan dari Bank BNI Bandung Raya. Alasan lain penulis memilih sosial media *Twitter* karena sosial media *Twitter* memiliki jumlah pengguna yang cukup banyak dan dalam mencari data keluhan pada layanan *mobile banking* BNI dari komentar-komentar para pengguna *Twitter* pun juga sangat banyak dan beragam. Oleh karena itu, penulis mengambil data dengan cara *crawling* di sosial media *Twitter*. Berikut hasil dari tweet dari hasil *crawling* twitter:



Gambar 1. 1 Data Crawling

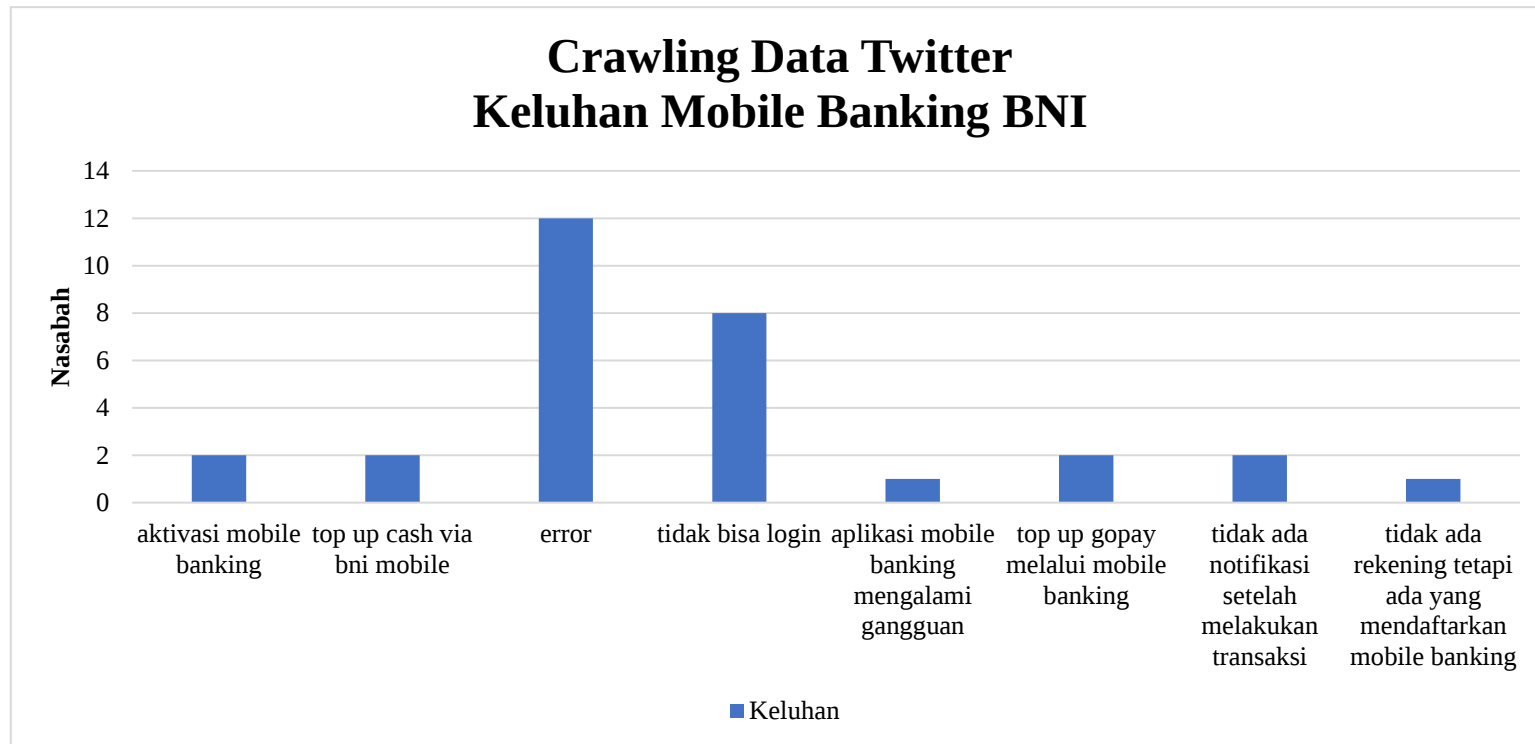
Sumber: (Hasil Olahan Penulis, 2018)

Dari gambar diatas dapat dilihat ini merupakan contoh data *tweet* dari hasil *crawling Twitter*. *Crawling Twitter* ini mengambil data dari sosial media *Twitter* yang perlu menggunakan koneksi internet di dalam penggunaannya. *Crawling Twitter* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengambil, mengumpulkan data *tweet* dari *Twitter* berdasarkan *keyword* tertentu dengan medianya berupa sebuah *website* dan *Twitter API*. Lalu dihubungkan dengan jaringan internet yang kemudian memulai dengan mencari melalui *keyword* tertentu. Hasil yang diperoleh adalah “*tweet*” dari berbagai *user Twitter* yang sedang atau pernah membahas masalah yang sesuai dengan *keyword* yang sedang dicari. Penulis menggunakan *keyword* di dalam pencarian data *tweet* dengan cara *crawling Twitter*nya yaitu “*Error Mobile Banking BNI*” dan didapatkan hasil berupa *tweet-tweet* yang

mengarah kepada bentuk keluhan dari para *user Twitter* yang merupakan nasabah dari Bank BNI.

Web Crawler merupakan suatu program atau *script* otomatis yang relatif simpel, dengan metode tertentu melakukan scan atau “*crawl*” keseluruhan halaman-halaman internet untuk menciptakan *index* dari data yang dicari. Tujuan menggunakan *web crawler* untuk mendapatkan data-data yang relevan dari *website* yang terpercaya. Dengan itu, penulis bisa memilih data mana sajakah yang relevan dan tidak relevan. Untuk permasalahan jumlah pengguna atau nasabah yang menggunakan *mobile banking* BNI juga bisa dilihat dari tingkat kepuasannya dengan cara melihat fenomena itu dengan pembuktian dari survei pengguna *Twitter* yang diperoleh hasil kepuasan serta keluhan dari para nasabah BNI khususnya untuk daerah Bandung Raya.

Dari hasil perolehan *crawling* data pada *Twitter* terdapat berbagai respon dari para nasabah. Pada penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking* BNI Bandung Raya maka dibutuhkan data berupa data keluhan pada layanan *mobile* BNI Bandung Raya di *Twitter* yang hasil presentase yang didapatkannya dapat dilihat pada grafik. Perolehan presentase data keluhan yang paling banyak diwakili oleh *error* pada layanan *mobile banking* BNI, dan untuk data keluhan yang lainnya seperti tidak ada notifikasi, dan lain-lain yang menempati urutan bawah karena mengingat permasalahan ini cukup sangat jarang terjadi. Data *crawling* yang diambil dari *Twitter* berdasarkan *keyword* “*mobile banking* BNI Bandung Raya” dan di dapatkan hasil berupa *tweet* yang bermacam-macam, namun yang diambil hanyalah *tweet* yang berisikan kalimat keluhan saja karena mengingat tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk meneliti dan menganalisa data keluhan pada layanan *mobile banking* BNI untuk daerah Bandung Raya. Berikut ini data hasil *crawling Twitter mobile banking* BNI untuk Bandung Raya.



Gambar 1. 2 Keluhan Pengguna Mobile Banking Melalui Crawling Twitter

Sumber : (Hasil Olahan Penulis, 2018)

Dari hasil *tweet Twitter* pada gambar diatas menjelaskan tentang keluhan yang dimaksud adalah *tweet-tweet* yang sudah disortir terlebih dahulu untuk mendapatkan berbagai data keluhan dari nasabah Bank BNI yang membuat *tweet* keluhan di *Twitter*. Karena setiap *tweet* yang diambil oleh sistem ketika *crawling* tidak semua mengandung data atau kalimat keluhan maka dari itu perlu di sortir terlebih dahulu untuk memilih data-data keluhan tersebut dari *tweet Twitter*. Penelitian pada *crawling Twitter* ini didasari dari hasil pencarian berdasarkan keyword “*mobile banking BNI*” dengan hasil yang didapatkan berupa 39 data pencarian. Lalu kemudian di sortir hingga mendapatkan berbagai rangkuman komponen permasalahannya seperti gagal *login*, salah *password*, aktivasi *mobile banking*, *top up cash*, *error*, tidak ada notifikasi. Yang diperoleh dari hasil *tweet Twitter* perorangan, jadi dapat disimpulkan bahwa setiap komponen masalah mewakili masalah dari perorangan, dengan kata lain jumlah grafik menunjukkan jumlah orang yang menghadapi masalah tersebut didalam penggunaan layanan bank BNI.

Tabel 1. 3 Transaksi 3 Bulan Terakhir

Kebutuhan	Bulan		
	November	Desember	Januari
Bayar listrik	20%	40%	35%
Belanja online	15%	45%	20%
Bayar Internet Berlangganan	20%	20%	20%
Transfer	15%	30%	55%
Kebutuhan harian	30%	40%	20%

Sumber: (Hasil Olahan Penulis, 2018)

Data diatas adalah data hasil dari wawancara beberapa pengguna *mobile banking* BNI dalam menggunakan layanan *mobile banking* BNI selama 3 bulan terakhir. Dapat dilihat bahwa rata-rata transaksi yang dilakukan oleh pengguna di layanan *mobile banking* BNI adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti bayar listrik, belanja online, membayar internet berlangganan, transfer uang, dan kebutuhan harian lainnya. Dari data itu pun juga terlihat bahwa yang penggunaan

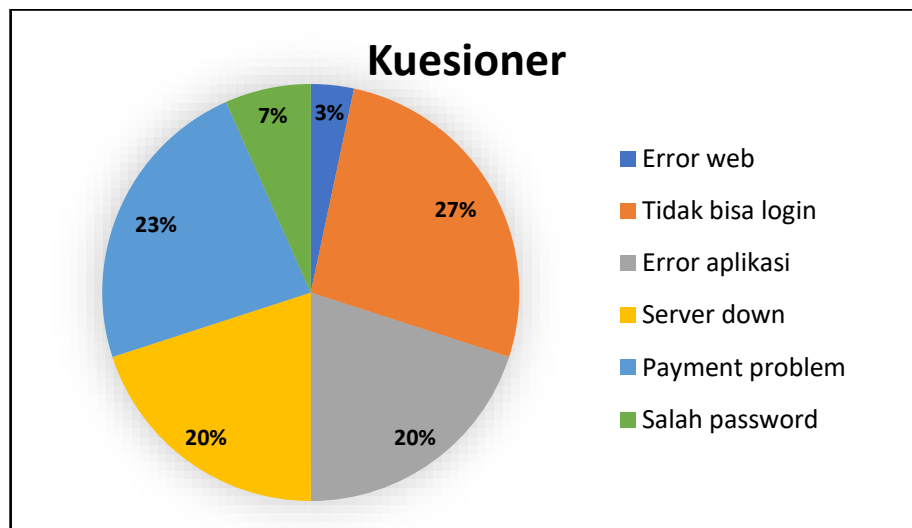
layanan *mobile banking* BNI selama 3 bulan terakhir yang memiliki nilai tertinggi adalah transfer yang itu berarti transfer adalah hal yang sangat sering dilakukan oleh pengguna layanan *mobile banking* BNI. Dan dari hasil wawancara ini juga ketika diberikan pertanyaan mengenai keluhan hanyalah mengenai masalah sistem *maintenance* pada jaringan di aplikasi *mobile banking* BNI yang hampir sering dirasakan oleh para pengguna. Jadi saran untuk Bank BNI selaku penyedia layanan *mobile banking* BNI adalah mungkin dengan memberikan informasi terkait waktu pelaksanaan sistem *maintenance* tersebut agar tidak menghambat aktivitas yang akan dilakukan oleh pengguna di dalam penggunaan layanan *mobile banking* BNI.

Kuesioner merupakan pengumpulan informasi dari beberapa orang yang dimana hasil yang memungkinkan mempelajari sikap, karakter, keyakinan, dan perilaku untuk dianalisis supaya bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan. Tujuan dari kuesioner ini untuk memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat dan diharapkan dari kuesioner ini bisa meningkatkan bagian-bagian yang kurang tepat menjadi bagian-bagian yang lebih baik. Kuesioner ini ditujukan untuk kalangan mahasiswa atau mahasiswi yang berdomisili di Bandung Raya dan pengguna aplikasi *mobile banking* BNI. Alasan memilih 4 universitas dikarenakan berdasarkan data wawancara saya ke pihak mahasiswa/i hasil yang di peroleh adalah Bank BNI bekerjasama dengan 4 universitas itu dalam bentuk, banyaknya mahasiswa/i yang menggunakan layanan Bank BNI untuk kegiatan perkuliahan mereka, seperti bayar uang semester, dan lain-lain. 4 Universitas yang saya teliti dengan pemetaan lokasi sebagai berikut:

1. Universitas Telkom, Bojongsoang, Kabupaten Bandung
2. Universitas Komputer Indonesia, Dipatiukur, Kota Bandung
3. Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial, Dago, Kota Bandung
4. Institut Teknologi Bandung, Siliwangi, Kota Bandung

Pemetaan Bandung Raya sendiri itu luas dengan cakupannya meliputi Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Dari hasil perolehan kuesioner, rata-rata pengguna *mobile banking* Bank BNI kebanyakan pada rentang usia 20-30 tahun dengan presentase 87,9%. dilihat dari perbandingan universitas negeri dan universitas swasta yang ada di Bandung Raya bisa dilihat dari hasil survei dikatakan

bahwa pengguna *mobile banking* BNI paling besar dikalangan universitas swasta. Didalam aplikasi *mobile banking* BNI juga terdapat permasalahan sistem aplikasinya yaitu *error*. Jika diperjelaskan lagi *error* terdiri dari beberapa macam seperti aplikasi yang *crash*, tidak bisa *login*, *delay*, *error* pada saat melakukan pembayaran, koneksi yang kurang baik, dan lain-lain. Menurut informasi yang diberikan oleh pihak Bank BNI dalam permasalahan tersebut dengan mereset ulang *password*, melakukan *install* ulang aplikasi *mobile banking*, dan lain-lain. Saran untuk Bank BNI ke depannya kualitas pelayanan pada Bank BNI lebih ditingkatkan lagi.



Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna Mobile Banking Hasil dari Kuesioner

Sumber: (Hasil Olahan Penulis, 2018)

Dalam memberikan layanan *m-banking* harus memperhatikan hal-hal berikut (Wardana, 2015):

1. *User friendly*: fitur-ftur yang ada dapat dengan mudah digunakan di mana menu-menu dan proses penggunaannya harus intuitif.
2. Tersedia di *multi-platform operation system* dari *gadget* yang digunakan nasabah sehingga bank dapat memastikan layanan *mobile banking* digunakan lebih luas.
3. Kemampuan administrasi aplikasi mulai dari pendaftaran pemakai (*user*) baru, aktivasi pemakai, hingga proses *download* aplikasi yang mudah akan

menjadi pertimbangan tersendiri dalam memaksimalkan penerimaan dari nasabah.

4. Aplikasi harus aman, yaitu dipastikan kerahasiaan data dan transaksi nasabah dapat terjaga.
5. Penggunaan jaringan operator seluler yang optimal.

Dari fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali apakah kualitas layanan *mobile banking* bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Bank Negara Indonesia (BNI). Penulis ingin membuktikan lebih dalam lagi dengan memberikan judul untuk penelitian ini yaitu **“Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa/i Bandung Raya)”**.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan oleh penulis sebelumnya, timbul suatu fenomena dimana semakin banyak orang yang menggunakan *internet* dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan perkembangan teknologi *internet* yang semakin luas, industri perbankan menyediakan layanan *mobile banking* sebagai alat transaksi 24 jam dan bisa digunakan dimana saja. Banyaknya nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* pastinya tidak lepas dari yang namanya keluhan, oleh karena itu penulis ingin mengetahui dan melihat seberapa besar pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada BNI di kota Bandung dengan cara menggunakan data keluhan yang diambil melalui cara *crawling* data pada twitter.

1.4. Pertanyaan Penelitian

- a. Apa harapan dan persepsi pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* BNI?
- b. Indikator apa saja yang memerlukan pembenahan terkait aplikasi *mobile banking* BNI?

1.5. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui harapan dan persepsi terhadap *mobile banking* BNI.
- b. Untuk membenahi aplikasi *mobile banking* BNI.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mengenai kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik pembahasan yang serupa.

1.6.2 Aspek Praktis

- a. Bagi Universitas

Dapat memperkaya hasil-hasil penelitian, khususnya dalam bidang kualitas layanan (*e-serqual*).

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk perusahaan dalam meningkatkan strategi kualitas layanan *mobile banking*. Pada akhirnya di harapkan bagi para pelaku industri perbankan dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah khususnya ada di Bank BNI Bandung Raya.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini yang akan diteliti adalah kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia (BNI) di Bandung Raya.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu 7 bulan terhitung sejak bulan September 2018 hingga Maret 2019. Penelitian ini terbagi dalam beberapa periode yaitu survei pendahuluan, usulan penelitian, kegiatan lapangan seperti pembagian kuisioner kepada responden, pengolahan dan analisis data, hingga penyelesaian penelitian.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang, Perumusan Masalah, Pernyataan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai acuan melakukan penelitian terhadap masalah yang ingin diteliti. Isi bab ini meliputi : Tinjauan Pustaka Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. Isi bab ini meliputi: Jenis Penelitian, Variabel Operasional, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden yang dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran-saran kepada perusahaan.

halaman ini sengaja dikosongkan