

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Fenomena perkembangan teknologi yang pesat seperti saat ini mendorong transformasi digital pada bidang industri. Transformasi ini merupakan kebutuhan utama dan merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari. Sektor perbankan merupakan salah satu sektor yang sedang menuju era digital. Industri perbankan saat ini menyediakan layanan digital yaitu layanan perbankan elektronik yang dikembangkan secara efisien, efektif, dan sesuai kebutuhan melalui optimalisasi penggunaan data nasabah dan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan aspek keamanan. (Larassati & Fauzi, 2022).



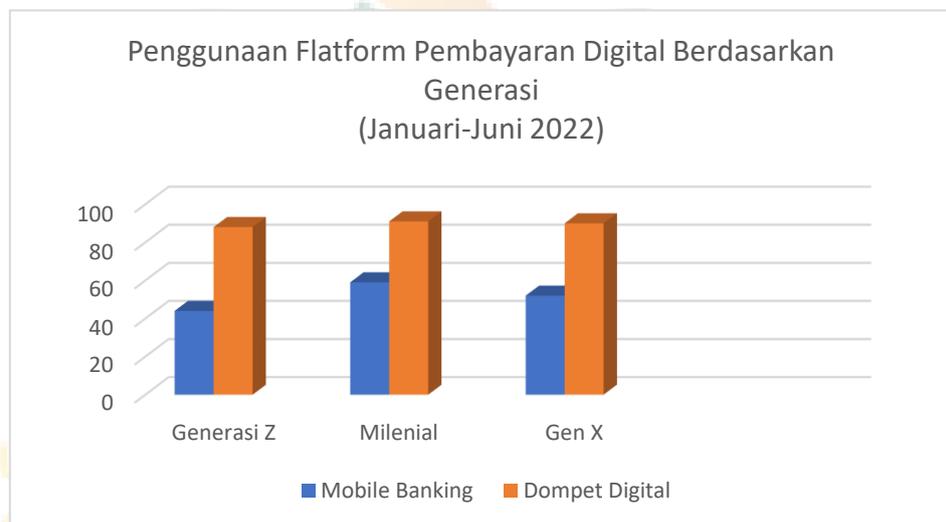
Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Perbankan Digital

Berdasarkan Gambar 1.1 Nilai Transaksi Digital di Indonesia (2017-2020) Indonesia.id (2021) terlihat ada trend peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan perbankan digital semakin meningkat, didorong faktor perkembangan teknologi,

meningkatnya adopsi pembayaran digital, serta kebutuhan akan transaksi yang lebih cepat dan efisien (Shabri, 2022).

Digitalisasi menyongsong pertumbuhan ekonomi, khususnya peran generasi Z sebagai golongan usia produktif juga tumbuh pada era digital yang sangat terkoneksi. Sehingga terbukti bahwa generasi Z lebih sering menggunakan layanan informasi dan komunikasi berbasis digital, hal ini mendorong bank-bank di Indonesia untuk terus berinovasi untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dengan meningkatkan kualitas layanan digital.

Dari hasil survei jakpat pada 2022 yang telah melibatkan 2,908 responden dari berbagai wilayah di Indonesia dengan rentang usia 14-44 tahu, dari survei tersebut mendapatkan fakta menarik dari generasi Z di Indonesia memiliki tingkat adopsi yang lebih rendah dalam penggunaan mobile banking.



Gambar 1. 2 Pengguna Platform Pembayaran Digital Generasi

Berdasarkan Gambar 1.2 Pengguna Platform Pembayaran Digital Generasi, kutipan Choirunnisa, t.t. pada Generasi Z penggunaan mobile banking tergambar pada persentase lebih rendah dari pada Generasi milenial dan Generasi X. Generasi Z lebih banyak menggunakan dompet digital dari pada penggunaan mobile banking, Berdasarkan survei

menunjukkan penggunaan mobile banking tertinggi terdapat pada Generasi milenial dengan angka 59%, sementara Generasi Z 44% (Choirunnisa, t.t.).

Agar menarik dan mempertahankan nasabah dari Generasi Z, bank perlu menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi ekspektasi, tetapi juga memberikan nilai tambah yang relevan. Inovasi digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan minat mereka terhadap layanan mobile banking. Dengan kualitas layanan yang unggul, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap loyalitas jangka panjang (Basri, 2019).

Digitalisasi dalam dunia perbankan, seperti penggunaan aplikasi mobile banking dan ATM, memiliki peran penting dalam mendukung kinerja pegawai pada bagian operasional. Mobile banking dan ATM memungkinkan nasabah melakukan transaksi jarak jauh tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Dengan demikian, layanan perbankan tidak harus selalu diberikan dalam bentuk fisik di kantor atau lokasi tertentu, melainkan dapat diakses dari mana saja. (Hafizha & Anggraini, 2023).

Di era digitalisasi saat ini, terdapat persaingan untuk mempertahankan dan memperoleh pelanggan baru. Bank yang memberikan pelayanan yang baik juga akan menarik nasabah baru. Namun jika pelayanannya buruk, nasabah akan beralih ke bank lain. Ketidakpuasan terhadap pelayanan ini menyebabkan nasabah beralih ke bank lain. Seperti yang dikatakan Tjiptono, ketidakpuasan pelanggan terjadi ketika konsumen menggunakan produk atau jasa yang dibelinya tidak sesuai dengan harapannya atau tidak memenuhi harapan yang diinginkannya. Oleh karena itu, menjadi fokus industri perbankan untuk terus meningkatkan layanan yang mudah diakses oleh nasabah dan mudah digunakan guna memenuhi keinginan, kebutuhan dan kepuasan nasabah. (Larassati & Fauzi, 2022).

Bank Syariah Indonesia menghadirkan layanan aplikasi berbasis teknologi bernama BSI Mobile. Hingga saat ini lebih dari 5 juta pelanggan

telah mengunduh aplikasi ini di Google Playstore. Kehadiran BSI Mobile memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi, karena mereka tidak perlu datang ke bank dan dapat melakukannya dari rumah (Bank Syariah Indonesia, 2022). Namun, Meski BSI Mobile menawarkan banyak fitur, namun tidak semua fitur tersebut dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan Populix seperti yang dijelaskan di bawah ini.

### 10 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia



Gambar 1. 3 10 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia (Sumber: goodstats.id).

Berdasarkan Gambar 1.3 10 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia hasil survei Populix, penggunaan BSI Mobile diketahui masih menduduki peringkat ke-5 dengan share 9%. Hal ini menunjukkan bahwa BSI Mobile bukanlah pilihan utama banyak orang, meskipun aplikasi ini dimiliki oleh perusahaan milik negara dan menawarkan koneksi privat dengan berbagai fungsi (Halim dkk., 2022). SI

Mobile menyediakan beragam fitur, seperti pembayaran atau isi ulang, pembayaran zakat, transfer, hingga fungsi perencanaan sholat dan arah kiblat. Berbagai fitur tersebut diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah.

Layanan Digital Banking terus dikembangkan dan diinovasi, menjadikannya salah satu fokus utama pencapaian Bank Syariah Indonesia (BSI) tahun ini. Pada Juni 2024, jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 7,12 juta orang, meningkat sebesar 12,72% secara year-to-year (yoy). Jumlah transaksi pengguna BSI Mobile tercatat mencapai 247,32 juta dengan nilai transaksi sebesar Rp298,82 triliun. Seiring dengan meningkatnya minat nasabah terhadap BSI Mobile, Hery menegaskan BSI akan terus berinovasi dan menerapkan strategi baru untuk mempercepat akselerasi transaksi digital (Berita | Bank Syariah Indonesia, t.t.).

Suatu fenomena pada tahun 2023 merupakan salah satu isu besar yang terjadi pada Bank Syariah Indonesia (BSI), yang mengakibatkan terganggunya layanan perbankan. Kebocoran data dan akses terbatas pada sistem selama beberapa hari menyebabkan ketidakpercayaan nasabah terhadap keamanan data dan perlindungan privasi (Fallahnda,2023). Selama serangan siber, beberapa layanan perbankan BSI tidak dapat diakses baik melalui ATM, mobile banking, maupun internet banking hal tersebut membuat frustrasi dikalangan nasabah BSI, terutama bagi mereka pengguna aktif layanan tersebut untuk transaksi sehari-hari. Ketidaknyamanan ini menyebabkan beberapa nasabah mempertimbangkan untuk Pindah ke bank lain (MA'RIFA & SANTOSA, 2023).

Penting bagi industri perbankan untuk lebih meningkatkan brand image atau citra merek yang baik. Setiap industri perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia terus berupaya semaksimal mungkin untuk menjaga dan mempertahankan brand image terbaiknya. Penting bagi industri perbankan untuk menyadari bahwa konsumen seringkali mengharapkan citra merek yang baik dari kualitas produk itu sendiri.

Dengan demikian, asumsi-asumsi tersebut akan menjadi pedoman penting bagi industri perbankan untuk mencapai dampak positif yang berasal dari brand image produknya (Riyanti, 2021).

Ketika citra merek suatu industry perbankan telah tumbuh karena factor citra merek baik, nilai-nilai Perusahaan akan semakin kuat dengan dukungan factor-faktor lain yang berkontribusi positif bagi Perusahaan itu sendiri. Hal ini mengartikan persepsi kapasitas merek akan berdampak pada persepsi kualitas pelanggan untuk menumbuhkan rasa percaya dan loyalitas terhadap industry perbankan tersebut (Mukminin & Latifah, 2020).

Fenomena ini juga terjadi di Kota Cirebon, dimana mayoritas penduduknya beragama islam dan menjadi pasar potensial bagi perbankan. Namun demikian, literasi keuangan syariah generasi Z Kota Cirebon tergolong rendah, dan mereka cenderung tertarik menggunakan e-wallet daripada layanan digital yang ditawarkan oleh perbankan. Namun, meski demikian, beberapa generasi Z kota Cirebon juga mulai mengakui manfaat dan kenyamanan layanan yang ditawarkan perbankan, terutama jika bank dapat menawarkan fitur-fitur yang lebih relevan, seperti integrasi dengan e-wallet atau pengembangan fitur yang modern (Survei Visa: [money.kompas.com](http://money.kompas.com))

Hasil penelitian dari IAIN Syekh Nurjati Cirebon juga menunjukkan persepsi masih banyak masyarakat khususnya generasi Z Kota Cirebon yang meragukan keamanan layanan mobile banking, meskipun kemudahan dan inovasi yang ditawarkan terus berkembang. Semakin tingginya resiko yang dirasakan, maka semakin rendah minat untuk menggunakan mobile banking karena masih terdapat pemikiran mengenai resiko yang dirasakan atas ketidak puasan yang dapat diterima oleh pengguna mobile banking (Atieq & Nurpiani, 2022). Sebagaimana yang telah dibuktikan terkait adanya isu serangan siber yang sempat menimpa BSI pada tahun 2023 itu menjadi sebab kurangnya kepercayaan nasabah khususnya generasi Z Kota Cirebon. Generasi Z Kota Cirebon ini yang sangat bergantung pada

teknologi cenderung lebih sadar akan resiko digital dan lebih berhati-hati dalam memilih layanan digital. Oleh karena itu, generasi Z di Kota Cirebon akan lebih memilih bank konvensional atau fintech yang memiliki reputasi lebih baik dalam hal keamanan data dan menawarkan perlindungan ekstra terhadap serangan siber (Tirto.id).

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z di Kota Cirebon, melihat Kota Cirebon sebagai kota yang berkembang, menurut Badan Pusat Statistik Kota Cirebon dengan jumlah populasi Kota Cirebon pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 350.000 jiwa. Adapun usia kelompok generasi Z berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memiliki potensi besar dalam mendukung berbagai inovasi, termasuk digitalisasi perbankan. Berikut kelompok usia populasi :

Kelompok Usia	Jumlah
15-19 Tahun	29.663 Ribu Jiwa
20-24 Tahun	29.746 Ribu Jiwa
25-29 Tahun	28.812 Ribu Jiwa

Tabel 1 1 Kelompok Usia Kota Cirebon

Pemilihan generasi Z sebagai objek penelitian didasarkan pada fakta bahwa ini merupakan pengguna aktif teknologi pun calon nasabah potensial jangka panjang, serta memiliki pengaruh besar terhadap tren keuangan digital dimasa depan. Adapun Bank Syariah Indonesi (BSI) sebagai fokus kajian karena bank ini merupakan bank terbesar di Indonesia yang memiliki peran strategis dalam pengembangan industri keuangan syariah nasional, termasuk dalam menyediakan layanan digital banking yang kompetitif.

Dengan populasi yang terus meningkat seiring dengan digitalisasi industry perbankan membuka peluang bagi perbankan syariah untuk lebih meningkatkan layanan digital, dan juga membantu memperkuat brand image karna pasti adanya persaingan dengan bank-bank lain, pendekatan dengan lebih personal dan inovatif, sehingga mendorong loyalitas nasabah.

Wilayah Kota Cirebon saat ini telah menunjukkan kemajuan signifikan dalam bidang digitalisasi. Adopsi teknologi digital, termasuk digital banking, didominasi dengan generasi muda, digitalisasi pada sektor perbankan ini semakin relevan menciptakan peluang bagi bank untuk memperkenalkan produk dan layanan berbasis teknologi (ZhujiWorld.com). Penelitian ini mengenai Pengaruh Layanan Digital Banking dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z sangat relevan mengingat pertumbuhan Kota Cirebon pesat pengguna layanan perbankan digital dikalangan Masyarakat terutama dikalangan usia produktif seperti generasi Z.

Menurut peneliti Rohmatullaili (Rohmatullaili, 2023) mengemukakan bahwa variable Brand Image berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, beberapa sebab yang mempengaruhi hal tersebut dikarenakan kepribadian, psikologis, karakter dan juga factor sosial. Penelitian (Rohmatullaili, 2023) sejalan dengan Yusdayanti (YUSDAYANTI, 2023) menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh terhadap minat menggunakan produk BSI, karena semakin positif reputasi suatu merek atau semakin baik citra merek maka masyarakat akan semakin antusias menggunakan produk merek tersebut. Menurut penelitian Dea (Anggih Dea, 2023) mengemukakan bahwa Layanan Digital Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah karena jika kualitas layanan digital banking semakin tinggi maka loyalitas nasabahnya pun semakin tinggi. Studi ini sejalan penelitian (istnaini,dkk 2024) menyatakan bahwa Layanan Digital Banking berpengaruh pada loyalitas nasabah BSI Kcp. Malang Soetta karena jika digital banking memenuhi kebutuhan nasabah maka akan membuat nasabah semakin loyal dan sejalan dengan penelitis Triyogo, 2020 menunjukkan bahwa E-banking memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah terciptanya sebab pengalamnya menggunakan layanan E-banking yang tersedia pada BNI dapat memberikan kemudahan bagi nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan Dika Setiagraha dkk (Setiagraha dkk., 2023) mengemukakan bahwa Layanan Digital Banking tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, menunjukkan bahwa segala komponen yang ada

pada layanan digital banking khususnya pada mobile banking sama sekali tidak dapat berpengaruh pada loyalitas nasabah BSI.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk mempelajari pengaruh layanan perbankan digital dan citra merek terhadap loyalitas nasabah, karena sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah. Bank dapat mengoptimalkan strategi layanannya untuk mempertahankan dan menarik nasabah. baru. Maka dengan itu peneliti menemukan ide tersebut pada judul **“Pengaruh Layanan Digital Banking dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Transformasi Digital mendorong Industry Perbankan khususnya Perbankan Syariah ikut serta dalam pelayanan Digital guna memenuhi kebutuhan Masyarakat.
2. Generasi Z di Kota Cirebon lebih sering menggunakan *e-wallet* dari pada Layanan *Digital* yang ditawarkan oleh perbankan.
3. Perbankan syariah, termasuk BSI, masih menghadapi tantangan dalam bersaing dengan bank konvensional dan platform fintech di kalangan Generasi Z Kota Cirebon
4. Loyalitas nasabah sempat terguncang akibat isu serangan siber yang terjadi pada BSI.

## **C. Pembatasan Masalah**

Penulisan ini memberikan beberapa batasan masalah, agar penelitian ini tidak menyimpang dari inti pokok permasalahan yang akan diteliti. Maka dari itu berdasarkan identifikasi masalah untuk menjelaskan arah objek penelitian, masalah yang akan dibahas dalam masalah ini yaitu mefokuskan pada pengaruh Layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon ?
2. Bagaimana Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon ?
3. Bagaimana Pengaruh Layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon ?

#### **E. Tujuan Penelitian dan Manfaat**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Menganalisis Pengaruh Layanan Digital Banking terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon
- b. Menganalisis Pengaruh Brand Image Perbankan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon
- c. Menganalisis Pengaruh Layanan Digital Banking dan Brand Image Perbankan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon

##### **2. Manfaat Penelitian**

Dengan dibuatnya penelitian ini, peneliti berharap agar peneliti ini dapat memberikan manfaat seperti beriku ini :

- a. Manfaat teoritis
  - Peneliti ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana Layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* Perbankan Syariah saling berinteraksi untuk mempengaruhi Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon.
  - Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dalam bidang manajemen perbankan dan pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perbankan syariah untuk terus meningkatkan pelayanan *digital* sesuai keinginan pasar terutama Generasi Z Kota Cirebon.

b. Manfaat Praktis

- Bagi Masyarakat, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan berdampak baik terutama bagi Nasabah BSI Generasi Z Kota Cirebon dengan penerapan teknologi digital yang lebih canggih, efisien dan relevan dengan kebutuhan generasi Z Kota Cirebon. Hal ini dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah terhadap BSI sebagai Lembaga keuangan yang dapat diandalkan dan inovatif.
- Bagi Bank Syariah Indonesia, penelitian ini nantinya dapat membantu BSI untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan teknologi digital yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan generasi Z Kota Cirebon serta meningkatkan efisiensi operasional

**F. Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan Skripsi adalah susunan atau urutan yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap isi skripsi. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi:

**BAB 1 PENDAHULUAN** : Bab ini mencakup latar belakang, identifikasi, pembatasan, dan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

**BAB II LANDASAN TEORI** : Bagian ini menguraikan teori, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang akan diuji.

**BAB III METODE PENELITIAN** : Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, populasi dan sampel, sumber serta teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**