

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif menyebabkan persaingan antara perusahaan sektor jasa maupun non-jasa menjadi semakin sengit. Mereka berlomba-lomba untuk tetap eksis dan meraih keuntungan (Marlius & Putriani, 2019). Perusahaan perlu untuk selalu menjaga kepuasan pelanggannya, karena hal tersebut merupakan kunci untuk dapat bersaing dengan efektif dan tetap bertahan dalam persaingan bisnis (Nurjaya, Erlangga, Iskandar, Sunarsi, & Haryadi, 2022). Pernyataan tersebut sejalan dengan prinsip berbisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW salah satunya adalah "*customer oriented*" yakni suatu pendekatan bisnis yang selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Prinsip ini melibatkan transparansi dalam menyampaikan informasi mengenai kualitas dan kuantitas produk atau layanan, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi (Juliana, Faathir, & Sulthan, 2019).

Bank, sebagai salah satu perusahaan jasa dan organisasi yang beroperasi dalam sektor keuangan serta menjadi bagian penting dari industri keuangan juga harus memperhatikan kepuasan nasabahnya (Zusmawati, Magdalena, Fernos, & Ramadhani, 2023). Kepuasan nasabah merupakan elemen utama yang harus diberikan perhatian besar oleh perusahaan perbankan. Pentingnya kepuasan nasabah terletak pada strategi perbankan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di lingkungan bisnis saat ini. Kepuasan nasabah menjadi kunci efektif bagi bank untuk mencapai keunggulan kompetitif dan tetap bertahan di tengah meningkatnya persaingan di sektor perbankan (Irfan, 2022).

Saat ini, peningkatan teknologi dan kemajuan informasi yang terus berlanjut telah mengakibatkan transformasi sektor perbankan ke arah perbankan digital. Hal tersebut dikarenakan industri perbankan harus menyesuaikan dengan perkembangan digital agar mampu dinikmati oleh masyarakat yang melek digital (Aldin, 2022). Bank digital didefinisikan sebagai bank yang beroperasi dan

menawarkan layanan melalui saluran elektronik tanpa keberadaan lokasi fisik kecuali kantor pusat atau dengan kantor fisik yang terbatas (OJK, 2021).

Kepuasan nasabah menjadi salah satu tujuan dari dilakukannya digitalisasi lembaga perbankan. Hal tersebut dikarenakan kepuasan nasabah menjadi hal terpenting yang harus dicapai oleh bank sebagai suatu entitas yang beroperasi dalam industri layanan. Apabila nasabah tidak mendapatkan kepuasan yang mereka inginkan, maka bukan hal yang mustahil bila nasabah akan berpindah kepada layanan bank digital yang lain. Oleh karena itu, sektor perbankan digital harus kreatif dan inovatif ketika memberikan pelayanan maupun produk kepada nasabah agar mampu bersaing di tengah maraknya perebutan nasabah dan tetap menjaga kepuasan mereka. Dengan harapan nantinya nasabah tersebut akan loyal dan perusahaan mengalami peningkatan laba. Keunggulan dalam persaingan tersebut perlu dianggap oleh nasabah sebagai keunggulan yang mereka dapatkan (*customer's advantage*) (Mawarni, Fasa, & Suharto, 2021).

Menurut Kotler dan Keller (2007), kepuasan pelanggan merujuk pada reaksi emosional seseorang setelah membandingkan harapan mereka terhadap kinerja atau hasil produk dengan kenyataan yang mereka alami. Persepsi kepuasan yang dialami oleh pelanggan akan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk dari suatu tempat tertentu (Erlivia & Iskandar, 2022). Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen terdiri dari beberapa fase, diantaranya adalah mengidentifikasi masalah, mencari informasi dari sumber internal dan eksternal, membuat keputusan setelah mengumpulkan informasi internal dan eksternal, dan melakukan evaluasi setelah pembelian dilakukan (Finthariasari, Ekowati, & Krisna, 2020).

Tse dan Wilton (1988) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai respons yang diberikan oleh konsumen sebelum dan setelah penggunaan produk atau jasa, berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman sebenarnya setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut (Siregar, 2021). Nasabah berhubungan langsung dengan suatu kepuasan. Tingkat kepuasan nasabah dapat tercapai jika ekspektasi

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mereka sesuai dengan realitas yang mereka alami. Begitupun jika yang mereka dapatkan tidak sesuai, maka nasabah akan merasa kecewa dan tidak akan bertahan dalam perbankan tersebut atau malah dapat berpindah ke layanan perbankan yang lain. Untuk itu, kepuasan nasabah sangat penting agar nasabah tetap setia untuk selalu menggunakan jasa layanan perbankan tersebut (Karmelia, 2018).

Namun ternyata, kepuasan tersebut belum dapat dirasakan sepenuhnya oleh nasabah bank digital syariah. Beberapa nasabah mengeluhkan pelayanan dari bank digital syariah, salah satunya adalah Bank Jago Syariah (mediakonsumen.com, 2022).

Tabel 1.1
Data Keluhan Nasabah Bank Jago Syariah

No.	Keluhan Nasabah
1.	Akun terblokir karena melakukan pengkinian data.
2.	Akun diblokir permanen tanpa alasan yang jelas.
3.	Proses penarikan uang dari ATM Bank CIMB Niaga untuk rekening Bank Jago tidak berhasil, namun saldo akun terpotong.
4.	Bank Jago tidak memenuhi komitmen untuk menyelesaikan transaksi dengan status "Pending".
6.	Transaksi pemesanan <i>delivery</i> makanan <i>online</i> menggunakan bank jago syariah tiba-tiba terbatal dengan sendirinya, tetapi saldo sudah terpotong dan tidak kembali.
7.	Transaksi transfer dari bank jago ke shopeepay mengalami pending selama 24 jam hari kerja.
8.	Keterangan Transfer dari <i>e-wallet</i> ke Bank Jago Syariah berhasil, namun saldo tidak masuk ke akun.
9.	<i>Top up</i> ke <i>e-wallet</i> shopeepay berstatus "mengirim uang" sedangkan saldo Bank Jago sudah terpotong.
10.	Transaksi tarik tunai di ATM Bersama gagal, namun saldo di <i>pocket</i> sudah berkurang.
11.	Akun rekening tiba-tiba tidak dapat diakses.

Sumber: www.mediakonsumen.com & www.twitter.com

Berdasarkan informasi yang tertera dalam Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa keluhan atau permasalahan yang sering dialami oleh nasabah Bank Jago Syariah diantaranya adalah permasalahan keamanan, yaitu akun bank nasabah secara tiba-tiba diblokir dengan alasan pengkinian data maupun alasan yang tidak jelas, transaksi transfer ke antar bank, tarik tunai dan top up yang gagal namun saldo sudah terpotong, transaksi transfer ke beberapa *e-wallet* yang sering berstatus pending selama sehari-hari serta pelayanan *customer service* bank jago syariah yang lambat dan tidak memberikan solusi.

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selain keluhan dari nasabah Bank Jago Syariah, beberapa keluhan atau permasalahan juga dirasakan oleh nasabah bank digital yang lain, yaitu Bank Aladin (aladinbank.id, 2023).

Tabel 1.2
Data Keluhan Nasabah Bank Aladin

No.	Keluhan Nasabah
1.	Isi saldo Bank Aladin melalui Alfamart sering terjadi error.
2.	Ketika ada keluhan dari nasabah, respon dari Bank Aladin lambat.
3.	Seringkali tidak dapat melakukan tarik tunai melalui Alfamart.
4.	Bank Aladin tidak menyediakan fitur QRIS dan top up <i>e-wallet</i> .
5.	Transfer antar bank tidak dapat diproses selama 3 hari.

Sumber: www.instagram.com/aladinbank.id

Berdasarkan informasi yang tertera dalam Tabel 1.2, dapat diperoleh pemahaman bahwa keluhan atau permasalahan yang sering dialami oleh nasabah Bank Aladin diantaranya adalah permasalahan terkait pelayanan lambat yang diberikan oleh bank Aladin ketika menanggapi keluhan nasabah. Selain itu, pihak yang bekerja sama dengan Bank Aladin belum dapat memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu ketika nasabah ingin mengisi saldo dan tarik tunai di *merchant* Alfamart seringkali tidak dapat dilakukan. Beberapa keluhan yang lain diantaranya terkait dengan fitur QRIS dan *top up e-wallet* yang belum tersedia pada aplikasi Bank Aladin, dan proses transfer antar bank yang lama.

Berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam perilaku konsumen, diantaranya adalah kualitas produk, kualitas layanan, aspek emosional, dan persepsi citra. Selain itu, lokasi, desain, dan tata letak fasilitas jasa juga memiliki dampak yang signifikan terhadap respons pelanggan. (Aisha & Azhar, 2022). Sedangkan menurut Lupyoadi (2008) aspek yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen diantaranya adalah mutu produk, mutu layanan, aspek emosional, dan persepsi citra. Lokasi, desain, dan tata letak fasilitas jasa juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respons (Laila, Putra, & Aisah, 2022).

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dari beberapa kendala yang dialami oleh nasabah bank digital syariah yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa bank digital syariah belum mampu untuk memenuhi kepuasan nasabah jika dilihat dari ketiga indikator kepuasan nasabah, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan keinginan untuk menggunakan produk kembali. Hal tersebut tentu menjadi masalah karena jika nasabah tidak puas, maka nasabah akan cenderung meninggalkan layanan bank digital syariah tersebut dan kembali menggunakan layanan perbankan konvensional, sehingga nantinya akan berakibat pada *market share* perbankan syariah yang akan terus mengalami penurunan.

E-service quality atau kualitas layanan elektronik (KLE) merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kualitas layanan pada platform digital. KLE mengacu pada sejauh mana pengguna dapat memperoleh fasilitas yang memungkinkan transaksi menjadi lebih efektif dan efisien (Asakristiani & Mulyandi, 2021). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan elektronik, seperti *site organization* (SO), *responsiveness* (RESP), *reliability* (REL), *user friendliness* (USFR), *personal needs* (PENE) dan *efficiency* (EFFE) (Raza, Umer, Muhammad, Qureshi, & Dahri, 2020)

Hasil temuan Nawangasari & Putri mengindikasikan bahwa variabel kualitas layanan elektronik berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, terdapat perbedaan hasil dalam penelitian (Ramadanty, Tresnati, & Harahap, 2021) terdapat temuan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara KLE dengan kepuasan pelanggan.

Selain faktor kualitas layanan elektronik, kualitas produk juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Produk dan fitur yang terkandung di dalamnya merupakan elemen yang fundamental dan diperhatikan oleh nasabah. Nasabah lebih condong untuk memilih produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Apabila produk tersebut memiliki keunggulan, kualitas, dan manfaat yang beragam, hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah. kualitas produk dapat diukur melalui delapan indikator yang meliputi kinerja (*performance*), fitur (*feature*), kemampuan pelayanan

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(*serviceability*), kesesuaian spesifik (*conformance with specification*), ketahanan (*durability*), keindahan (*aesthetics*), dan kualitas reputasi (*perceived quality*) (Hasanah, 2019).

Kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan, karena produk yang berkualitas memberikan keunggulan seperti daya tahan yang lama, kegunaan sesuai keinginan, dan jaminan penyelesaian masalah produk yang memuaskan nasabah. Untuk mencapai kesuksesan dalam industri perbankan yang semakin kompetitif, penting untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan nasabah, baik yang ada saat ini maupun yang akan datang, guna memastikan kepuasan mereka.

Pada penelitian (Andriyani & Ardianto, 2020) serta (Maharani & Alam, 2022) ditemukan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa produk yang memiliki kualitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Andalusi, 2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Begitupun pada penelitian (Fitri & Nisa, 2022) ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun tidak signifikan.

Selain memberikan perhatian pada kualitas layanan elektronik dan kualitas produk, penting untuk mengamati kebutuhan nasabah secara mendetail. Industri perbankan mengimplementasikan berbagai strategi guna mencapai tujuan tersebut, salah satunya melalui pembangunan hubungan yang baik dengan nasabah. Pendekatan ini dikenal sebagai Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* yang bertujuan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan.

CRM terdiri dari unsur manusia (*people*), proses (*process*), dan teknologi (*technology*) (Oscar & Terra, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga, Achmad, & Kuleh, 2021) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara CRM dengan kepuasan konsumen. Namun, penelitian yang

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dilakukan oleh Pradana (2021) menemukan hasil yang berbeda, yaitu adanya hubungan negatif dan tidak signifikan antara CRM dengan kepuasan konsumen.

Berbeda dari mayoritas penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan subjek penelitian nasabah bank digital syariah. Selain itu, pada penelitian sebelumnya banyak dijumpai menggunakan variabel kualitas pelayanan secara umum, sedangkan pada penelitian ini berfokus untuk mengukur kualitas layanan elektronik. Disamping itu, belum ada penelitian sebelumnya terkait kepuasan nasabah yang menggunakan variabel kualitas layanan elektronik, kualitas produk dan CRM secara bersamaan. Berdasarkan fenomena serta *research gap* yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana **“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Produk dan CRM terhadap Kepuasan Nasabah Bank Digital Syariah di Jawa Barat.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari paparan latar belakang yang telah disampaikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kepuasan nasabah menjadi tujuan utama digitalisasi lembaga perbankan karena merupakan aspek krusial dalam industri layanan. Jika nasabah tidak puas, mereka berpotensi beralih ke layanan bank digital lainnya (Mawarni, Fasa, & Suharto, 2021).
2. Bank digital syariah belum dapat memuaskan nasabah, dibuktikan dengan adanya beberapa pengaduan komplain kepada Bank Jago Syariah (mediakonsumen.com, 2022) (twitter.com, 2023) dan Bank Aladin (aladinbank.id, 2023).
3. Terdapat inkonsistensi penelitian atau *research gap* terutama pada variabel kualitas layanan elektronik, kualitas produk dan CRM terhadap variabel kepuasan nasabah.

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari paparan latar belakang dan identifikasi masalah sebelumnya, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas layanan elektronik, kualitas produk, CRM dan kepuasan nasabah bank digital syariah di Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah bank digital syariah di Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh tingkat kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank digital syariah di Jawa Barat?
4. Bagaimana pengaruh tingkat CRM terhadap kepuasan nasabah bank digital syariah di Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman serta gambaran yang komprehensif mengenai tingkat kualitas layanan elektronik, kualitas produk, dan CRM Bank Digital Syariah di Jawa Barat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dari kualitas layanan elektronik, kualitas produk, CRM terhadap kepuasan nasabah.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik dari segi teori maupun praktik, dengan beberapa manfaat yang diharapkan antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait beberapa variabel seperti kualitas layanan elektronik, kualitas produk dan CRM yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah bank digital syariah.

2. Manfaat Praktis

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dapat dijadikan sebagai rujukan bagi bank digital syariah Indonesia untuk dapat memperhatikan beberapa variabel (KLE, kualitas produk dan CRM) yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan untuk meningkatkan kualitas layanan, inovasi produk, dan hubungan dengan nasabah sehingga dapat meningkatkan minat mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan literasi masyarakat umum terkait bank digital syariah.

Ayu Sri Wahyuni, 2023

**KEPUASAN NASABAH BANK DIGITAL SYARIAH DI JAWA BARAT:
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK,
KUALITAS PRODUK DAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu