BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi sangat cepat perkembangannya dalam dunia teknologi, hal tersebut menyebabkan perkembangan dalam mobilitas manusia bergerak sangat cepat dan mudah. Gaya hidup manusia berkaitan erat dengan perangkat elektronik sebagai akibat dari kemajuan teknologi ini. Hal tersebut menjadi tantangan dalam pola perilaku ketika ada pergeseran yang sebelumnya mengandalkan cara tradisional dipaksa mengikuti perkembangan zaman, berbeda dengan saat ini, yang sudah mulai beralih mengikuti perkembangan zaman melalui penggunaan teknologi seperti yang ada sekarang.

Seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, perkembangan dapat terlihat dari faktor pendukung menjadi faktor penentu dalam mengatasi

kebutuhan. Pengguna internet Indonesia akan naik 11% dari 175,4 juta pada tahun 2020 menjadi 202,6 juta pada 2021.[1] peningkatan ini harus dibarengi dengan kesadaran tentang aktivitas digital. Kita hidup berdampingan dengan kemajuan ekonomi, dan bahkan saat ini, teknologi dapat dimanfaatkan secara mudah. Bahkan, semua orang bisa merasakan kemudahan teknologi, dari anak kecil hingga orang tua. Kemudahan penggunaan teknologi benar-benar membuat keberadaan manusia bergantung padanya, sampai-sampai kita tidak bisa berkegiatan tanpanya. Teknologi yang sering kita manfaatkan dalam kehidupan, seperti handphone, komputer, dan tablet. Perkembangan teknologi sebagai tantangan bagi semua industri, keadaan saat ini diperparah dengan ketidakstabilan perekonomian Indonesia akibat Covid-19. Selama setahun, Covid-19 telah menjadi bencana di dunia, mempengaruhi semua

1 Agustini, "Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya Di Internet," kominfo.go.id, 2021, https://aptika.kominfo.go.id /2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet/.[1] Pratiw

sektor, kebiasaan, dan sosial budaya, salah satunya sektor ekonomi, perbankan. Sektor perbankan sebagai lembaga intermediasi atau perantara yang memenuhi kebutuhan dunia usaha akan modal investasi. Perbankan Syariah di Indonesia dihadapkan pada sejumlah tantangan sebagai dampak dari Covid-19.[2]

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan bahwa dalam dunia perbankan selama Covid-19 terjadi *shifting behavior* pada nasabah yang mulai beralih ke digital, dengan tujuan untuk mengurangi transaksi langsung tatap muka di kantor cabang Bank. Akibat dari kondisi tersebut, saat ini bank-bank tradisional bertransformasi melayani *digital banking* karena penyesuaian prilaku nasabah. OJK memperkirakan apabila bank tidak cepat untuk mengambil langkah dan tidak mengikuti pelayanan digital pasti akan ditinggalkan nasabah, karena sekarang nasabah lebih menyukai

[2] Rika Mawarni and Muhammad Iqbal Fasa', "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retantion Pada Masa Covid-19," *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 9, no. 2 Juli (2021): 39–54.

transaksi menggunakan media elektronik serta ingin bertransaksi dengan lebih mudah menggunakan smartphone sebab dapat diakses untuk apa pun di mana pun tanpa harus datang ke bank. Strategi dan perubahan model bisnis yang dijalankan oleh bank bertujuan untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan mendukung seluruh aktifitas keuangannya, sekaligus untuk mempertahankan nasabah masing-masing supaya tetap loyal kepada banknya, juga untuk memperoleh tambahan nasabah baru. Ini merupakan upaya untuk mempertahankan *funding* dana masyarakat dan meningkatkannya.[3] Berikut merupakan data terpapar Covid-19 di Indonesia:

[3] Ni Nyoman Kerti Yasa Jeffry Z. C. Nelwan, "Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Di Bank KB Bukopin - Google Books," 2021, https://www.google.co.id/books/edition/Layanan_Internet_Banking_dan_Mobile_Bank/eRkvEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&printsec=frontcover.

Gambar 1.1

Jumlah terpapar Covid-19 di Kota Serang

(Sumber : Badan Nasional Penanggulangan Bencana)

Melihat data sebaran wabah virus Covid-19 tersebut maka masyarakat perlu melakukan imbauan sesuai yang dibuat oleh pemerintah untuk melaksanakan segala aktifitas sesuai dengan protokol kesehatan dalam rangka ikut serta untuk pencegahan dan pengendalian Covid-19 agar kasusnya tidak semakin meningkat. Tingginya kasus tersebut membuat pemerintah segera mengambil sikap dan menerapkan berbagai kebijakan untuk pencegahan penyebaran Covid-19 yang meluas, diantaranya adalah diberlakukannya PSBB (Pembatasan

Sosial Berskala Besar) yang diikuti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang sampai saat ini masih diberlakukan.

Persaingan ditengah kemajuan teknologi dan adanya pandemi Covid-19 ini medorong hampir semua sektor termasuk perbankan menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk mendorong kemajuan perusahaan, karena hampir setiap lapisan masyarakat mengenal internet membuat bank harus terus melakukan inovasi-inovasi agar dapat memberikan pelayanan terbaik guna memenuhi kebutuhan nasabah. Hal tersebut membuat bank saling berkompetisi agar dapat menciptakan inovasi teknologi yang dapat membuat nasabah nyaman dan terpenuhi kebutuhannya sehingga akan membuat nasabah loyal terhadap perusahaan. Bank yang tidak mengikuti perkembangan zaman akan membuat bank sulit untuk maju, karena seperti yang kita ketahui bahwa transaksi non tunai

seiring dengan perkembangan zaman terus mengalami peningkatan.[4]

Apabila bank Syariah ingin mengatasi krisis yang terjadi saat ini, bank Syariah harus berhenti memasarkan produk dan jasa mereka dengan cara lama. Keberadaan perbankan digital sebagai strategi yang ditempuh bank Syariah. Perubahan produk dan layanan harus dilakukan sesuai terhadap keadaan sekarang untuk mengubahnya menjadi perbankan digital. Prosesnya harus progresif, dengan inisiasi yang konstan. Tidak semua produk dan jasa harus memanfaatkan perbankan digital; perusahaan fundamental tertentu terus mengandalkan unsur manusia untuk fungsionalitas, sehingga kinerja pelayanan pun harus tetap diperhatikan dan ditingkatkan.

Berdasarkan peraturan OJK yang terdapat pada nomor 12/POJK.03/2018 terkait penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, dijelaskan bahwa *digital banking* adalah suatu layanan perbankan

[4] Yusi Yulita, "Faktor Penggunaan Layanan Digital Bsi Kcp Ipuh," 2021.

elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan juga bisa dilakukan secara sendiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan aspek keamanan [5] Perbankan digital sebagai istilah yang mengacu pada teknologi informasi yang memungkinkan kemajuan dan perkembangan layanan keuangan yang terhubung dengan layanan digital seperti teknologi digital. Selain itu, perbankan digital harus memperhatikan berbagai aspek pemasaran agar dapat mengiklankan layanan ini secara efektif. Beberapa aspek pemasaran akan digunakan, yaitu bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran ialah teknik yang digunakan oleh pemasar untuk mengidentifikasi berbagai unsur program pemasaran yang harus dipertimbangkan agar strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditentukan dapat diterapkan secara efektif.

[5] OJK, "Laporan Profil Industri Perbankan - Triwulan III 2020," 2020, https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-profil-industri-perbankan/Pages/-Laporan-Profil-Industri-Perbankan---Triwulan-III-2020.aspx.

Transaksi digital dapat dilakukan di mana pun di seluruh dunia, selama jaringan layanan data tersedia dan dapat diakses. Transaksi dimungkinkan dapat dilakukan 24 jam secara real *time*.[6]

Penerapan *digital banking* akan membuat bank berfokus pada kualitas layanan dibandingkan dengan memperbanyak kuantitas dari kantor cabang bank, karena memang kenyataannya memperbanyak kantor cabang bukan strategi yang efektif apabila diterapkan pada era digital sekarang. Hal tersebut terbukti banyaknya kantor cabang yang sudah mulai sepi bahkan tutup karena adanya inovasi *digital banking*. Penerapan *digital banking* merupakan strategi yang tepat di era digitalisasi sekarang, selain itu *digital banking* juga sebagai upaya dalam menarik minat dan mempertahankan nasabah serta dapat memberi kepuasan tersendiri, sehingga diharapkan nasabah menjadi loyal dan tidak ingin pindah ke bank

[6] Yulita, "Faktor Penggunaan Layanan Digital Bsi Kcp Ipuh."

lainnya karena telah terpenuhi kebutuhannya dan kenyamanan dalam bertransaksi.[7]

Salah satu bank yang menerapkan *digital banking* di Indonesia ialah Bank Syariah Indonesia (BSI). Meskipun kehadiran BSI masih terbilang cukup muda dan baru di Indonesia karena BSI sebagai hasil merger dari 3 bank Syariah BUMN di Indonesia yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah, namun eksistensi BSI dalam dunia *digital banking* tumbuh dengan cukup baik. Menurut Dirut BSI Hery Gunardi, selama Covid-19 dan adanya kebijakan PSBB dan PPKM. Sejak Maret 2020 transaksi *digital banking* terdapat peningkatan. Hingga Juli 2021, *digital banking* sangat berperan sebesar 46% dari banyaknya transaksi *e-channel*, hal ini telah melebihi pencapaian 2020.[8]

---

[7] Asti Marlina and Fanny Humairah, "Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus Pt.Bank Tabungan Negara Syariah)," *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 6, no. 2 (2018): 37, https://doi.org/10.32832/moneter.v6i2.2409.

[8] Aditya Fajar Indrawan, "Selama Pandemi, Transaksi Digital BSI Mobile Meningkat Hingga 97,4% - Gizmologi," 2021, https://gizmologi.id/news/selama-pandemi-transaksi-digital-bsi-mobile-meningkat-hingga-974/.

Perbankan digital tidak dapat digunakan untuk semua produk dan jasa, karena industri fundamental tertentu terus membutuhkan unsur manusia, sehingga bank harus tetap meningkatkan kinerja pelayanan terhadap nasabah. Kinerja layanan adalah metode membandingkan tingkat layanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh nasabah. Layanan yang membutuhkan dan memerlukan unsur manusia, jika tidak dapat digantikan oleh perbankan digital. Pekerjaan ini merupakan pendampingan bisnis dan konsultasi. Misalnya, ketika bisnis nasabah bank terkena dampak Covid-19, pihak *marketing* bank akan memberikan konsultasi dan pendampingan bisnis.[9]

Pelayanan yang dilakukan tidak hanya sebatas melayani, tetapi juga memahami, mengerti, dan merasakan sehingga pemberian pelayanan berpusat pada *heart share* nasabah, yang selanjutnya menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap suatu produk, sehingga

[9] Mawarni and Fasa', "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retantion Pada Masa Covid-19."

berdampak positif terhadap citra perusahaan. Penilaian nasabah menentukan kinerja layanan industri perbankan, dan kepuasan nasabah tercapai dengan memberikan layanan berkualitas tinggi yang dapat diterima. Kepuasan nasabah sangat penting untuk industri perbankan, karena industri ini ditentukan oleh *high contact service* dan tingkat daya saing yang tinggi.

Bank harus selalu mampu memberikan nilai dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Bank harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga citra, kepercayaan, dan nilai perusahaan yang positif. Saat kepercayaan nasabah terbentuk dan mereka puas, sehingga mendorong terciptanya publisitas publik kepada calon nasabah potensial, yang pada akhirnya tercipta nasabah loyal dan setia. Maka, bank difokuskan pada pengembangan keunggulan nasabah yang dapat memberi nilai dan tingkat kepuasan tertinggi, menghasilkan penggunaan kembali layanan dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas bank.

Regulasi pelayanan BSI KCP Kota Serang masih kurang dalam hal mematuhi protokol kesehatan yakni tidak memakai hand sanitizer dan kurang mematuhi untuk cuci tangan. Hal ini tentu saja kurang efektif dan melanggar prokes, terutama jika nasabah membawa anak-anak. Layanan yang melibatkan objek non-fisik sering kali dibatasi oleh ketidakstabilan pembaruan sistem dan jaringan. Hal ini menjadi kendala bagi *customer service* (CS) dalam menyediakan layanan *banking digital*, yang mengharuskan nasabah untuk menunggu dalam waktu yang lama. Selain itu, penggunaan masker dan *face shield* menyebabkan nasabah sering salah paham dengan apa yang dikomunikasikan oleh CS, karena intonasi yang kurang jelas. Padahal produk *banking digital* tidak terbatas pada media elektronik. Namun, pertemuan tatap muka diperlukan untuk pendaftaran, instruksi tentang cara menggunakan, dan penyampaian keluhan (Yuyun, *Observasi*).

Namun fenomena yang terjadi diatas pada praktiknya tidak sesuai dengan teori yang ada. Menurut Arista Atmadjati teori pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama sebuah perusahaan, kerena tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan [10] Mempertahankan pelanggan dimasa pandemi jauh lebih efektif dan menguntungkan karena menurut hasil studi pada *"Harvard Business Review"*, peningkatan "*customer retention* rate" sebesar 5% dapat meningkatkan penghasilan hingga 25 – 95%. Ini adalah perubahan yang substansial. Selain itu, *customer retention* sering menimbulkan pengeluaran pemasaran yang lebih rendah daripada strategi akuisisi. Hal ini sejalan dengan teori *customer retention* yang di yang di bahas oleh Rika Mawarni menjelaskan bahwa *Customer retention* adalah kegiatan pemasaran dalam mempertahankan pelanggan

[10] Arista Atmadjati, "Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini - Arista Atmadjati - Google Buku," 2018, https://books.google.co.id/books/about/Layanan_Prima_dalam_Praktik_Saat_Ini.html?id=wchcDwAAQBAJ&redir_esc=y.

yang dilakukan dimasa pandemi Covid-19 yang cukup efisien oleh perusahaan melalui strategi terencana, fokus pada pengembangan kegiatan pemasaran, membangun hubungan, perawatan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan. Dengan disadari bahwa peran dari *customer retention* sangatlah penting untuk meningkatkan keuntungan dan tujuan bersama antara perusahaan dan pelanggan begitupun sebaliknya [11].

Terlepas dari banyaknya potensi risiko yang akan dihadapi perbankan dari Covid-19, digitalisasi produk dan jasa kinerja pelayanan bank Syariah harus dilakukan secara cepat dan efisien. Teknologi digital akan digunakan sesuai dengan teori ekonomi, yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi meningkatkan produksi dan efisiensi perusahaan. Perusahaan yang produktif dan efisien akan meningkatkan kapasitasnya dalam persaingan dan menguasai pasar [12].

---

[11] Mawarni and Fasa', "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retantion Pada Masa Covid-19."

[12] Mawarni and Fasa'.

Penelitian terdahulu oleh Rika Mawarni, dkk (2021) menggambarkan bahwa variabel *digital banking* dan kinerja pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan dalam mempertahankan pelanggan atau terhadap *customer retention*. Namun, hasil penelitian tersebut berbanding terbalik terhadap hasil penelitian Nadya Lukita Puspitasari (2021) yang menyatakan bahwa variabel kinerja pelayanan tidak mempengaruhi signifikan terhadap *customer retention*. Penelitian lain oleh Mutiara Apriza (2021) menunjukkan variabel *digital banking* mempengaruhi positif dan signifikan terhadap *customer retention*. Hal tersebut diperkuat oleh Sri Imelda, dkk (2020) yang menjelaskan bahwa penerapan produk *Digital Banking* dan kinerja pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap *customer retention*

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian lanjutan serta menganalisis apakah *digital banking* dan kualitas pelayanan BSI pada

masa pandemi Covid-19 ini berpengaruh terhadap tingkat upaya *customer retention.* Mengingat dalam bertransaksi dimasa pandemi Covid-19 hampir semua transaksi yang terkait perbankan dilakukan secara *online* namun untuk pelayanan tetap secara *offline* sehingga kedua variabel *digital banking* dan kinerja pelayanan harus ditingkatkan, maka penulis tertarik untuk mengamati dan menguji lebih mendalam lagi mengenai penelitian ini dengan judul **"Pengaruh *Digital Banking* dan Kinerja PelayananBank Syariah Terhadap Upaya *Customer Retention* Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis termotivasi untuk mengidentifikasi masalah diantaranya:

1. Kemudahan penggunaan *digital banking* dan kinerja pelayanan dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.

2. Tingginya kasus Covid-19 di Indonesia mengakibatkan terganggunya kegiatan layanan perbankan.
3. Kemajuan teknologi yang dapat memudahkan pelayanan pada perbankan Syariah di masa pandemi Covid-19

C. Batasan Masalah

Agar pembahasannya tidak menyimpang dari yang di harapkan, maka berdasarkan idintifikasi masalah di atas penelitian ini hanya membahas terkait pengaruh *digital banking* dan kinerja pelayanan bank Syariah terhadap upaya *customer retention* pada masa Covid-19 pada pengguna BSI *Mobile* di Kantor Cabang BSI Kota Serang, dengan sampel nasabah pengguna layanan BSI Mobile Syariah pada Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia di Kota Serang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan untuk menjelaskan arah penelitian, maka perumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh penerapan *digital banking* secara parsial terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang?
2. Bagaimanakah pengaruh kinerja pelayanan secara parsial terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang?
3. Bagaimanakah pengaruh penerapan *digital banking* dan kinerja pelayanan secara simultan terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis bukti empiris mengenai penerapan *digital banking* secara parsial terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang.
2. Mengetahui dan menganalisis bukti empiris mengenai kinerja pelayanan bank Syariah secara parsial terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang.
3. Mengetahui dan menganalisis bukti empiris mengenai penerapan *digital banking* dan kinerja pelayanan secara simultan terhadap upaya *customer retention* di masa pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kota Serang

F. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Memperluas dan mendalami pengetahuan bagi penulis terkait Pengaruh penerapan *digital banking* dan kinerja pelayanan bank Syariah terhadap upaya *customer retention* masa pandemi covid-19 pada BSI KCP Kota Serang. Penelitian ini harapannya menjadi bahan referensi dalam mengetahui pengaruh penerapan *digital banking* dan kinerja pelayanan terhadap *customer retention* masa pandemi Covid-19.

2. Praktisi

Hal ini diyakini akan menjadi salah satu cara untuk menambah informasi bagi peneliti lainnya dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan komparatif. Bagi mahasiswa, seharusnya berfungsi sebagai bahan referensi dalam mengetahui pengaruh penerapan

digital banking dan kinerja pelayanan terhadap *customer retention* masa pandemi Covid-19.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi kedalam lima bab dan pada setiap bab terdiri atas beberapa sub bab dengan sistematika penulisan berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas langkah awal dalam penyusunan skripsi, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan .

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas terkait teori dan pemikiran yang berhubungan dengan penelitian yaitu penjelasan terkait *digital banking,* kinerja pelayanan, dan *customer*

retention. Teori yang didapat sebagai landasan pendukung terkait topik yang diteliti, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas metode penelitian yang akan digunakan berdasarkan pokok masalah utama untuk mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan. Peneliti akan membahas tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber penelitian, prosedur pengumpulan dan pengolahan data, serta metodologi analisis data yang digunakan.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini akan membahas hasil penelitian yang akan menguraikan hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan beserta analisis serta menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian dan pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas terkait hasil penelitian, menyimpulkan berdasarkan analisis data pengolahan yang telah dibahas, dan memberikan saran untuk penelitian dan pengembangan di masa mendatang bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk instansi pemerintah, praktisi, dan masyarakat umum.