

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Objek Penelitian

Dalam era *digital* saat ini, perkembangan teknologi finansial atau *financial technology* (fintech) telah mengubah cara layanan keuangan diakses dan digunakan oleh masyarakat. Salah satu inovasi penting dalam ekosistem fintech adalah kehadiran *mobile applications* atau aplikasi *mobile* yang merupakan salah satu contoh produk fintech (M. B. Amnas et al, 2023). Aplikasi ini memberikan aksesibilitas yang lebih luas dan kemudahan dalam melakukan transaksi finansial, yang secara signifikan mempengaruhi pola perilaku konsumen dan industri keuangan (Donovan & Senyo, 2019).

Aplikasi *mobile* merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk berfungsi di perangkat genggam, seperti *smartphone* dan tablet. Dalam konteks fintech, aplikasi *mobile* menyediakan berbagai layanan keuangan yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna, seperti perbankan *digital*, investasi, pembayaran, hingga pinjaman (*lending*) secara daring (Bajunaied et al., 2023). Aplikasi *mobile fintech* telah menciptakan ekosistem yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus bergantung pada kantor cabang fisik.

Salah satu contoh implementasi aplikasi *mobile* dalam fintech adalah aplikasi perbankan *digital*. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, investasi, hingga pembukaan rekening baru, hanya dengan beberapa kali klik di layar ponsel. Aplikasi *mobile banking* memberikan kontribusi besar terhadap efisiensi operasional bank dengan mengurangi ketergantungan pada interaksi tatap muka dan cabang fisik (Shen & Zhao, 2023).

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. adalah sebuah institusi bank milik pemerintah Republik Indonesia atau lebih dikenal sebagai perusahaan

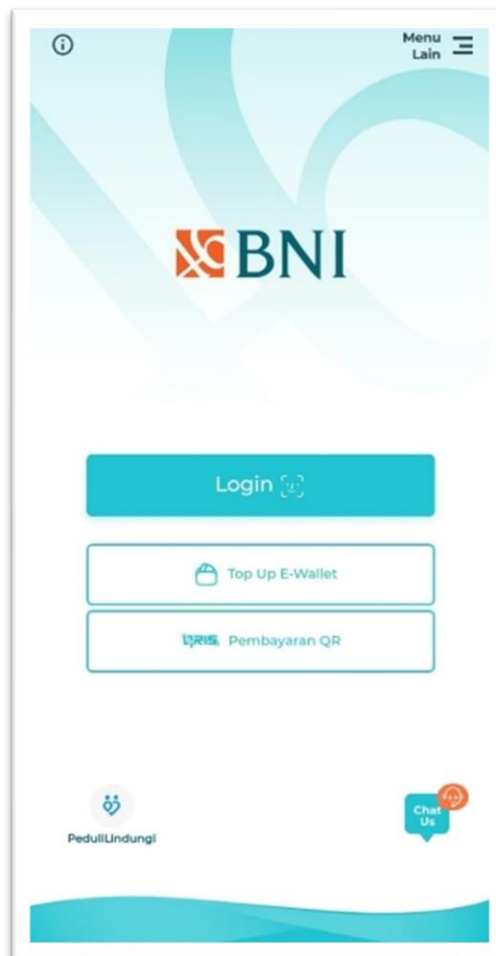


Pada saat penelitian ini dilakukan, aplikasi *BNI Mobile Banking* telah tersedia dalam versi 5.8.0.

Objek penelitian ini adalah kualitas dari fitur-fitur yang ada pada aplikasi *BNI Mobile Banking*:

1. Tampilan Beranda

Gambar I.2 berikut adalah tampilan beranda saat pertama kali masuk ke dalam aplikasi *BNI Mobile Banking*.

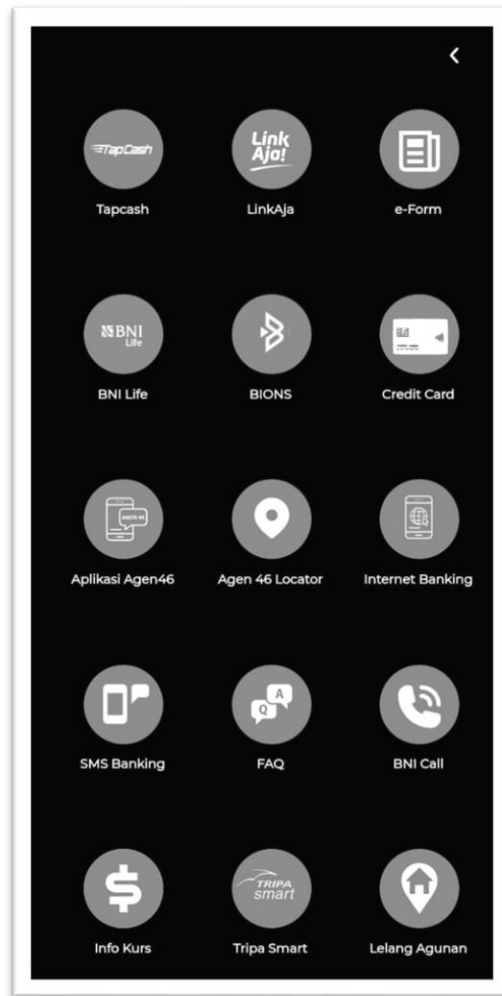


**Gambar 1.2** Tampilan Beranda

*Sumber: Aplikasi BNI Mobile Banking (2024)*

2. Tampilan Halaman Menu

Untuk membuka tampilan menu, pengguna perlu menekan ikon Menu Lain yang ada di pojok kanan atas. Gambar I.3 berikut adalah tampilan menu yang ada pada aplikasi *BNI Mobile Banking*.

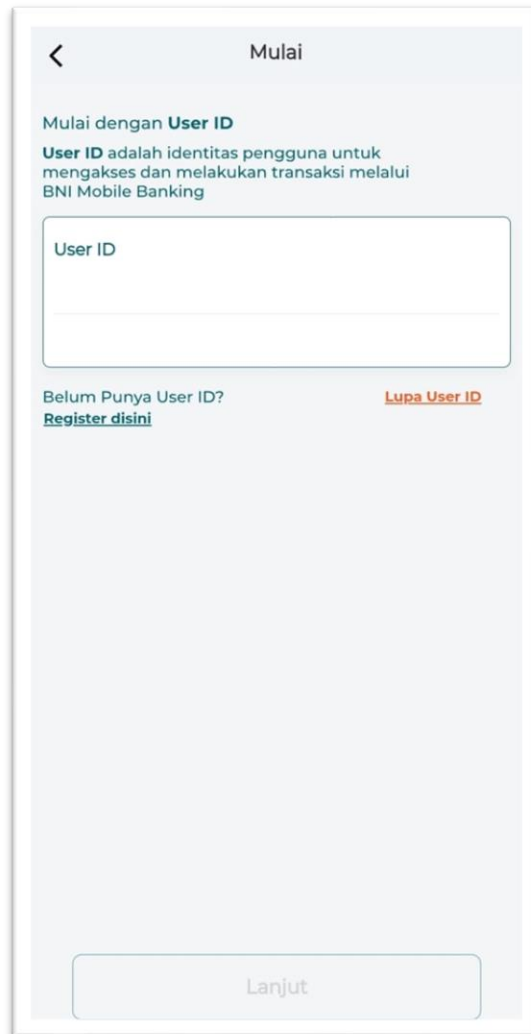


**Gambar 1.3** Tampilan Halaman Menu

*Sumber: Aplikasi BNI Mobile Banking (2024)*

### 3. Tampilan Halaman *Login*

Untuk membuka halaman *login*, pengguna perlu menekan tombol “Yuk, Mulai” pada halaman menu awal. Setelah itu pengguna perlu membaca butiran pada halaman Syarat dan Ketentuan. Kemudian di akhir bagian, pengguna perlu menekan tombol “Saya Setuju dengan Syarat dan Ketentuan.” Gambar I.6 berikut adalah tampilan halaman login pada aplikasi *BNI Mobile Banking*.

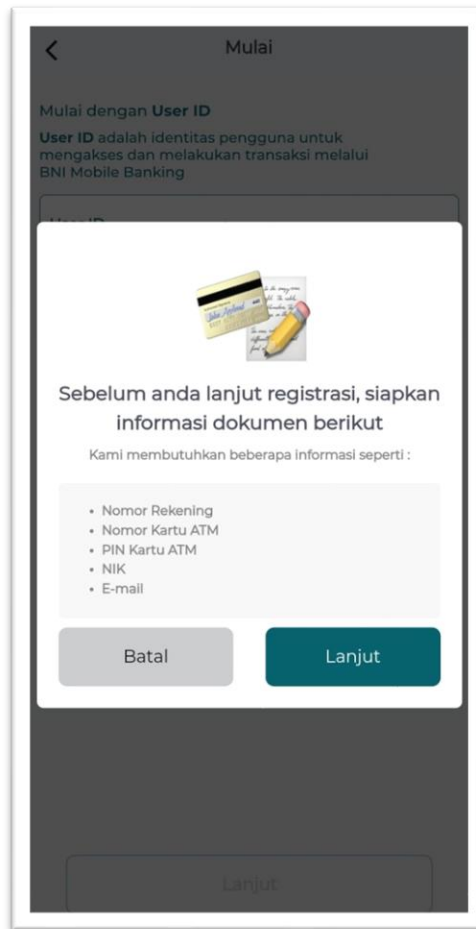


**Gambar 1.4** Tampilan Halaman *Login*

*Sumber: Aplikasi BNI Mobile Banking (2024)*

4. Tampilan Halaman *Register*

Untuk membuka halaman *register*, pengguna perlu menekan tombol “Register disini” pada halaman *login*. Gambar I.7 berikut adalah tampilan halaman *register* pada aplikasi *BNI Mobile Banking*.



**Gambar 1.5** Tampilan Halaman Register

*Sumber: Aplikasi BNI Mobile Banking (2024)*

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Profitabilitas adalah salah satu indikator utama untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan, khususnya dalam industri perbankan. Salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), yang mengukur kemampuan bank dalam menghasilkan laba relatif terhadap total aset yang dimilikinya (Nawang Sari & Widiastuti, 2020). Dalam konteks ini, implementasi aplikasi *mobile banking* oleh Bank Negara Indonesia (BNI) menjadi faktor penting dalam menganalisis apakah kemajuan teknologi tersebut dapat berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas bank, terutama melalui peningkatan efisiensi dan kenyamanan layanan bagi nasabah.

Pada tahun-tahun awal implementasi *mobile banking* oleh BNI, diharapkan teknologi ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan, mengurangi biaya operasional, dan mempermudah akses bagi nasabah. Namun, fenomena yang muncul menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan jumlah pengguna aplikasi *mobile banking*, dampaknya terhadap profitabilitas yang diukur melalui rasio ROA tidak selalu sebanding dengan ekspektasi (Tumilaar, 2023).

Misalnya, pada laporan keuangan BNI triwulan III 2023, meskipun BNI berhasil mencatatkan lebih dari 15 juta pengguna *mobile banking*, rasio ROA BNI menunjukkan fluktuasi yang signifikan. Sebelum implementasi *mobile banking*, rasio ROA BNI berada pada angka yang stabil, namun setelah aplikasi *mobile banking* diimplementasikan, meskipun ada peningkatan jumlah transaksi dan pengguna, rasio ROA mengalami penurunan yang cukup tajam. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk biaya investasi besar dalam pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, serta biaya operasional tambahan yang terkait dengan peningkatan volume transaksi (Tumilaar, 2023).

Sebagai contoh, meskipun transaksi yang dilakukan melalui aplikasi *BNI Mobile Banking* mengalami peningkatan 20,9% pada 2023, peningkatan ini tidak langsung berimbas pada peningkatan laba yang cukup signifikan untuk mengimbangi kenaikan biaya teknologi dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung aplikasi tersebut (Tumilaar, 2023). Dalam hal ini, meskipun ada pertumbuhan pengguna dan transaksi, profitabilitas yang diukur melalui ROA justru menunjukkan adanya tantangan yang perlu diatasi.

Berdasarkan fenomena tersebut, muncul kebutuhan untuk melakukan penelitian terkait pengukuran kualitas aplikasi *BNI Mobile Banking*. Sebuah aplikasi yang berkualitas baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga dapat mendukung pengurangan biaya operasional dan peningkatan efisiensi, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap profitabilitas bank.

Ketika nasabah memiliki pengalaman yang baik terhadap penggunaan produk layanan *digital banking*, maka akan menghasilkan suatu kepuasan bagi nasabah tersebut. Kepuasan tersebut membentuk suatu rasa emosional yaitu sebuah hubungan jangka panjang, dimana nasabah menilai produk layanan

tersebut telah memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, maka nasabah pun akan berkomitmen untuk terus melakukan transaksi atau penggunaan layanan *digital banking* yang berulang-ulang dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain (Dharsono & Arifin, 2022). Dalam penelitian ini, penulis mengkaji dan mengintegrasikan beberapa metode untuk mengukur pengalaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi *BNI Mobile Banking* dan memberikan dampak secara umum terhadap profitabilitas Bank. Hal ini menjadi krusial karena penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana pengalaman nasabah dapat terhubung dengan profitabilitas perusahaan (Amnas et al., 2023).

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (BBNI) mencapai total pengguna *internet banking* dan *SMS Banking* sebanyak 2,2 juta pengguna dan 12,7 juta pengguna berturut-turut pada bulan September 2023. Sementara itu, jumlah pengguna *mobile banking* mencapai 15,62 juta, mengalami pertumbuhan sebesar 20,9% *year-on-year* dari 12,91 juta pengguna. Pada kuartal III Tahun 2023, BNI mencatatkan jumlah akun pendanaan sebanyak 67,9 juta dengan regular *saving accounts* mencapai 23,2 juta (Laras, 2023). Dalam ulasan Media Bisnis per 23 November 2023, *BNI Mobile Banking* menempati posisi keempat mengenai bank-bank dengan pengguna *mobile banking* terbesar di Indonesia. Posisi pertama diraih oleh BCA, kemudian BRI dan disusul oleh Bank Mandiri.

Sejauh ini, layanan aplikasi *BNI Mobile Banking* yang telah diimplementasikan belum memiliki cukup bukti yang menyatakan bahwa aplikasi tersebut dapat diterima dan dianggap oleh nasabah sebagai salah satu fasilitas yang mampu memberikan kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan dalam penyediaan informasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah aplikasi *BNI Mobile Banking* yang diterapkan sudah mampu memenuhi kriteria-kriteria yang diinginkan nasabah baik dari segi kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Peningkatan kualitas aplikasi ini bukan hanya berdampak pada kepuasan nasabah, tetapi juga memiliki efek langsung terhadap profitabilitas Bank. Aplikasi *mobile banking* yang efektif dan efisien dapat membantu meningkatkan frekuensi transaksi, menurunkan biaya operasional, serta meningkatkan loyalitas nasabah, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan

pendapatan perusahaan (Nawangsari & Widiastuti, 2020). Perilaku dan reaksi pengguna juga menjadi salah satu faktor untuk mengetahui baik atau tidaknya kualitas fasilitas aplikasi tersebut. Semakin bagus kualitas aplikasi yang telah dikembangkan, maka pengguna yaitu nasabah tentunya semakin termotivasi untuk terus menggunakan fitur-fitur pada aplikasi tersebut (Yusuf & Marsella, 2023).

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kesuksesan suatu sistem terletak pada kepuasan pengguna, di mana semakin tinggi kualitas produk atau layanan yang disediakan, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Salah satu tolak ukur terhadap sistem untuk melihat sejauh mana sistem informasi dapat berkontribusi pada kesuksesan lembaga yang mengimplementasikannya adalah dengan mengukur tingkat kepuasan pengguna (Abbas & Ocloo, 2021). Untuk mengetahui alasan mengapa jumlah pengguna *BNI Mobile Banking* masih tergolong rendah, peneliti melakukan wawancara kepada 200 nasabah BNI di Kota Bogor yang berkunjung dan melakukan transaksi secara *offline* di beberapa Kantor BNI yaitu BNI Djuanda, BNI Pajajaran, BNI Pasar Merdeka, dan BNI Sudirman. Pada tabel I.1 berikut terdapat beberapa kendala yang dikeluhkan oleh para nasabah BNI di Kota Bogor:

**Tabel 1.1** Kendala Aplikasi *BNI Mobile Banking*

| No | Kendala                                                                                                         | Total | Percentage |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|
| 1. | <i>Layout</i> pada aplikasi <i>BNI Mobile Banking</i> kurang menarik                                            | 156   | 78%        |
| 2. | Pengguna memerlukan waktu yang cukup lama untuk memahami cara mengoperasikan aplikasi <i>BNI Mobile Banking</i> | 166   | 83%        |
| 3. | Informasi yang ditampilkan tidak di <i>update</i> secara berkala                                                | 26    | 13%        |
| 4. | Informasi yang ditampilkan tidak akurat                                                                         | 74    | 37%        |
| 5. | Seringnya gangguan <i>server (down)</i>                                                                         | 106   | 53%        |
| 6. | Tidak ada fitur berkomunikasi dengan <i>Customer Service</i>                                                    | 126   | 63%        |
| 7. | Fitur yang tersedia pada <i>BNI Mobile Banking</i> kurang lengkap                                               | 92    | 46%        |

*Sumber:* Dokumentasi Penulis (2024)

Berdasarkan tabel I.1 tersebut dapat diidentifikasi bahwa masih banyak kendala yang ditemukan oleh pengguna aplikasi *BNI Mobile Banking*. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait kebutuhan layanan pada aplikasi *BNI Mobile Banking*.

Penggunaan aplikasi *mobile banking* memungkinkan bank untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan sumber daya. Melalui

digitalisasi layanan perbankan, bank dapat mengurangi biaya operasional, terutama yang terkait dengan pengelolaan cabang fisik. Adopsi aplikasi *mobile banking* tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas melalui peningkatan pendapatan non-bunga (*fee-based income*) (Oliveira & Popovic, 2020).

Profitabilitas PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. sangat dipengaruhi oleh inovasi *digital* yang diterapkan, termasuk penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*. Sebelum implementasi layanan aplikasi *BNI Mobile Banking*, nilai profitabilitas BNI cenderung stabil, tetapi terbatas oleh kendala operasional seperti biaya administrasi yang tinggi, ketergantungan pada layanan cabang fisik, dan keterbatasan akses pelanggan ke layanan perbankan di luar jam operasional (Ali & Syaifullah, 2022). Hal ini mengakibatkan keterbatasan dalam volume transaksi serta biaya operasional yang lebih besar karena perusahaan harus mengalokasikan sumber daya yang cukup besar untuk mengelola layanan perbankan konvensional.

Setelah implementasi *BNI Mobile Banking*, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. mengalami pergeseran signifikan dalam model bisnis dan kinerjanya. Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi secara *digital*, mulai dari *transfer* uang, pembayaran tagihan, hingga pengelolaan rekening dan investasi, tanpa harus datang ke kantor cabang. Penggunaan aplikasi ini mengurangi biaya operasional bank secara substansial, terutama dari sisi pemeliharaan layanan cabang fisik dan administrasi yang berkurang seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan *digital* (Nawangsari & Widiastuti, 2020). Menurut laporan keuangan di tahun 2023, setelah implementasi *mobile banking*, rasio efisiensi operasional (*Cost to Income Ratio/CIR*) BNI mengalami penurunan, yang menunjukkan peningkatan efisiensi biaya operasional.

Selain itu, pendapatan berbasis biaya (*fee-based income*) dari layanan non-bunga seperti *transfer* antarbank, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui *mobile banking* menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini berdampak positif pada *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), yang mencerminkan peningkatan profitabilitas dan kemampuan bank dalam mengelola

aset serta ekuitas pemegang saham. Volume transaksi *digital* melalui aplikasi *BNI Mobile Banking* juga tumbuh pesat, sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna aplikasi ini. Data menunjukkan bahwa setelah implementasi aplikasi, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah nasabah aktif, yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan operasional (Laras, 2023).

Untuk mengetahui seberapa baik kualitas aplikasi *BNI Mobile Banking* tersebut penulis melakukan analisis kualitas aplikasi *mobile banking* dalam meningkatkan nilai profitabilitas Bank dengan menggunakan beberapa atribut metode *WebQual 4.0* yang terdiri dari *usability quality*, *information quality*, *interaction quality* yang diintegrasikan dengan beberapa atribut dari metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* dan *assurance*. Sebagai variabel dependen nya adalah kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Selain itu, penelitian ini mengukur analisa profitabilitas Bank berdasarkan analisa rasio *Return on Assets* (ROA) dengan melihat laporan keuangan sebelum implementasi penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dari tahun 2008 – 2015 serta setelah implementasi penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dari tahun 2016 – 2023 yang disajikan secara publik oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Selain menggunakan variabel independen, penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Pada akhirnya, melalui penelitian ini dapat memberikan masukan (*input*) perbaikan berdasarkan hasil perhitungan analisa regresi linear berganda, koefisien korelasi, nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan diagram *Importance Performance Analysis* (CSI) untuk meningkatkan kualitas *mobile banking* yang pada akhirnya juga meningkatkan profitabilitas Bank.

Penelitian ini memilih metode *WebQual 4.0* untuk menganalisis kualitas aplikasi *BNI Mobile Banking* karena metode ini efektif dalam menilai aspek *usability quality*, *information quality*, dan *interaction quality* pada aplikasi berbasis *web* dan *mobile*. *WebQual 4.0* adalah metode yang sering digunakan dalam mengukur kualitas layanan elektronik, termasuk aplikasi *mobile banking*, untuk menilai bagaimana pengguna merasakan kenyamanan, kemudahan, dan

kualitas informasi yang disediakan aplikasi (Nawang Sari & Widiastuti, 2020). Ketiga atribut ini penting untuk memprediksi kepuasan pengguna dan akhirnya berkontribusi pada peningkatan penggunaan aplikasi *mobile banking* dalam jangka panjang.

Dalam penyusunan penelitian ini, atribut *WebQual 4.0* yang dipilih hanya mencakup *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* dari beberapa dimensi yang tersedia seperti *interactivity*, *design*, *trustworthiness*, *privacy*, *accessibility*, *usefulness*, *emotional*, dan *aesthetics*. Pemilihan tiga atribut ini didasarkan pada pentingnya elemen-elemen dasar yang secara langsung mempengaruhi pengalaman pengguna dan kinerja fungsional situs *web* atau *mobile application*. *Usability* memastikan aplikasi mudah diakses dan dinavigasi oleh pengguna, *information quality* memastikan informasi yang diberikan relevan dan akurat, sedangkan *interaction quality* mencerminkan kualitas interaksi yang mendukung pengalaman pengguna secara keseluruhan dalam layanan daring (Barnes & Vidgen, 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa atribut *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* memiliki korelasi yang kuat dengan kepuasan pengguna dan intensi penggunaan situs *web* atau aplikasi *mobile* secara berkelanjutan (Aladwani & Palvia, 2022; Ladhari, 2020). Dengan demikian, ketiga atribut ini diprioritaskan karena berperan signifikan dalam membentuk persepsi pengguna mengenai kualitas layanan sebuah situs *web* atau aplikasi *mobile*.

Selain itu, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dipilih karena dapat mengevaluasi kepuasan pengguna berdasarkan atribut seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*. Aspek-aspek ini penting dalam menilai bagaimana nasabah menanggapi aplikasi tersebut dalam berbagai situasi layanan yang mencakup interaksi langsung maupun tidak langsung. Atribut CSI memungkinkan penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kualitas layanan dan kepuasan pengguna sebagai faktor kunci dalam meningkatkan loyalitas nasabah (Rajaobelina et al., 2019).

Bank yang mengadopsi aplikasi *mobile* dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan lebih cepat, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas nasabah dan meningkatkan retensi pelanggan. Aplikasi *mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena mempermudah akses layanan perbankan dan memberikan fleksibilitas waktu. Ini selaras dengan konsep *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan pada penelitian ini, yang mengukur sejauh mana kepuasan nasabah berperan dalam profitabilitas perusahaan. Kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas dan penggunaan layanan yang lebih intensif, sehingga berkontribusi pada profitabilitas bank (Shaikh & Karjaluo, 2019).

Penelitian oleh Hossain et al. (2021) menunjukkan bahwa aplikasi *mobile banking* yang memiliki antarmuka yang mudah digunakan, informasi yang akurat dan relevan, serta interaksi layanan yang responsif cenderung meningkatkan kepuasan nasabah. Ketiga elemen ini juga memiliki korelasi positif dengan peningkatan profitabilitas perusahaan, di mana nasabah yang puas lebih mungkin untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan bank (Hossain et al., 2021).

Selain menggunakan metode *WebQual 4.0* dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), penelitian ini juga menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai alat yang digunakan dalam menganalisis dan membandingkan sejauh mana kinerja atau layanan sistem yang dirasakan oleh pengguna dibandingkan dengan tingkat harapan pengguna terhadap sistem. Pengukuran tingkat kepuasan pengguna sangat penting agar penyedia layanan dapat mengetahui sejauh mana harapan pengguna telah terpenuhi oleh sebuah aplikasi ataupun *website* (Yusuf & Marsella, 2023).

Studi oleh Setiawan dan Irawan (2022) menunjukkan bahwa dengan menggunakan IPA, bank dapat fokus pada fitur-fitur yang paling penting bagi pelanggan, seperti kecepatan transaksi, keamanan, dan kenyamanan penggunaan aplikasi. Dengan meningkatkan performa pada aspek-aspek kunci ini, bank dapat meningkatkan kepuasan pengguna yang pada akhirnya berkontribusi terhadap profitabilitas Bank (Setiawan & Irawan, 2022).

Dari segi keuangan, peningkatan efisiensi, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan pendapatan dari layanan berbasis digital telah membawa dampak positif yang substansial bagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Peningkatan penggunaan aplikasi *BNi Mobile Banking* juga memperkuat daya saing bank di industri perbankan *digital* Indonesia, serta membantu PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. memperluas jangkauan layanan ke segmen nasabah yang lebih luas, baik dari kalangan urban maupun daerah terpencil. Secara keseluruhan, transformasi *digital* melalui aplikasi *BNi Mobile Banking* telah berperan penting dalam mendongkrak nilai profitabilitas PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. secara signifikan dibandingkan dengan periode sebelum implementasi layanan tersebut (Nawangsari & Widiastuti, 2020).

Selain itu juga pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Selvi Dharsono dan Agus Zainul Arifin (2022) yang meneliti pengaruh *customer experience* dan *customer satisfaction* terhadap *financial performance* Bank pada pengguna *digital banking* di Indonesia menyebutkan adanya korelasi positif di antara kedua variabel tersebut terhadap *financial performance*. Hasil pengujian koefisien determinasi dari penelitian ini menunjukkan persentase variabel *financial performance* sebesar 0,396 yang artinya pengaruh *customer experience* dan *customer satisfaction* terhadap *financial performance* sebesar 39,6%. Hasil penelitiannya juga memberikan saran agar perusahaan dapat memberikan pengalaman serta kepuasan yang baik untuk *customer* selama menggunakan layanan perbankan *digital banking*. Dengan meningkatkan kedua hal tersebut, *customer* akan merasa puas dan senang sehingga *customer* melakukan transaksi dan penggunaan layanan perbankan *digital banking* secara terus-menerus (Dharsono & Arifin, 2022).

Peningkatan kualitas aplikasi *mobile banking* menjadi krusial dalam upaya BNI untuk memenuhi harapan nasabah yang semakin menuntut layanan yang cepat, aman, dan mudah diakses. Penelitian ini penting karena, selain mengevaluasi kualitas aplikasi *mobile banking* secara keseluruhan, hasilnya juga dapat dijadikan dasar untuk strategi perbaikan fitur dan layanan aplikasi. Kualitas aplikasi *mobile banking* yang baik berpotensi untuk meningkatkan

profitabilitas Bank dengan cara memengaruhi frekuensi penggunaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional bank (Fitria & Thakor, 2021). Selain itu, dengan menganalisis variabel moderasi seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan, penelitian ini juga berupaya memahami faktor-faktor demografis yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap aplikasi, sehingga bank dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan pengembangan aplikasi yang lebih spesifik untuk berbagai segmen pelanggan (Rajaobelina et al., 2019). Kualitas aplikasi yang baik tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, tetapi juga berdampak langsung pada nilai profitabilitas perusahaan. Ketika nasabah merasa puas dengan pengalaman *digital* yang diberikan, hal ini dapat mendorong peningkatan transaksi perbankan, pengurangan biaya operasional, serta penambahan basis nasabah, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan perusahaan (Dharsono & Arifin, 2022). Sehingga melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi peningkatan kualitas aplikasi *BNI Mobile Banking* yang efektif, yang pada akhirnya dapat mendukung peningkatan profitabilitas Bank melalui peningkatan kepuasan nasabah, loyalitas, dan penggunaan layanan *mobile banking*. Profitabilitas Bank yang meningkat tidak hanya menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam mengadopsi teknologi *digital*, tetapi juga menunjukkan bagaimana PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. mampu menavigasi perubahan lanskap industri perbankan di era *digital*. Berdasarkan uraian di atas, penulis menyusun penelitian ini dengan judul “Analisis Perbandingan Profitabilitas Bank dan Determinan Kepuasan Pengguna *BNI Mobile Banking* di Kota Bogor Menggunakan *WebQual 4.0* dan *Customer Satisfaction Index*.”

### **1.3. Perumusan Masalah**

Dari fenomena yang tengah terjadi, diperlukan penelitian yang mengukur tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* serta pengaruhnya terhadap *user satisfaction*. Selain itu, perlu bukti empiris yang dapat

mendesripsikan perkembangan nilai rasio *Return on Assets* (ROA) sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi *mobile banking* untuk menunjukkan profitabilitas Bank. Sebuah penelitian yang dapat menjelaskan pengaruh kualitas aplikasi *mobile banking* dengan *user satisfaction*.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, pada penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan nilai rasio *Return on Assets* (ROA) pada laporan keuangan triwulan sebelum implementasi *BNI Mobile Banking* (2008-2015) dan sesudah implementasi *BNI Mobile Banking* (2016-2023)?
2. Bagaimana pengaruh *usability* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
3. Bagaimana pengaruh *information quality* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
4. Bagaimana pengaruh *interaction quality* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
5. Bagaimana pengaruh *tangible* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
6. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
7. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
8. Bagaimana pengaruh *empathy* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?
9. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Ada beberapa capaian yang diharapkan dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Menghitung perbedaan nilai rasio *Return on Assets* (ROA) pada laporan keuangan triwulan sebelum implementasi *BNI Mobile Banking* (2008-2015) dan sesudah implementasi *BNI Mobile Banking* (2016-2023).
2. Menghitung pengaruh *usability* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
3. Menghitung pengaruh *information quality* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
4. Menghitung pengaruh *interaction quality* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
5. Menghitung pengaruh *tangible* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
6. Menghitung pengaruh *reliability* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
7. Menghitung pengaruh *responsiveness* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
8. Menghitung pengaruh *empathy* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.
9. Menghitung pengaruh *assurance* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi *BNI Mobile Banking*.

Sedangkan tujuan dari penulisan penelitian tesis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Studi PJJ S2 Manajemen di Universitas Telkom.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat jika ditinjau dari aspek praktis maupun teoritis. Penjabaran manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Aspek Praktis**

Dalam aspek praktis, penelitian ini bermanfaat untuk membuat sebuah acuan dalam melakukan penilaian kualitas aplikasi *mobile banking* instrumen *financial technology* secara umum dan perbankan secara khusus. Memberikan *insight* yang berguna bagi industri perbankan dalam

mengembangkan aplikasi *mobile banking* yang lebih baik dan efektif dalam menghadapi persaingan di era *digital*. Dalam praktiknya, dengan mencontoh hasil penelitian ini, pengelola aplikasi perbankan ataupun *financial technology* lainnya dapat melakukan pembenahan yang menyesuaikan dengan harapan dan persepsi pengguna, hingga memetakan langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan berikutnya dalam rangka membenahi serta meningkatkan layanan pada aplikasi perbankan atau instrumen *financial technology* lainnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk peningkatan layanan aplikasi berbasis *digital* guna mengoptimalkan proses bisnis dan efisiensi operasional. Adapun bagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang area-area yang perlu ditingkatkan dalam aplikasi *BNI Mobile Banking* untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan profitabilitas Bank.

b. Aspek Teoritis

Penelitian ini juga bermanfaat dari aspek teoritis yakni dapat memberikan referensi bagi bidang keilmuan manajemen layanan institusi keuangan (*fintech*), seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi aplikasi *mobile* dan semakin maraknya kajian terkait profitabilitas Bank terhadap penggunaan aplikasi *mobile*. Selain itu, penelitian ini melakukan modifikasi dengan integrasi antara metode *WebQual 4.0* yang sering digunakan untuk mengukur kualitas suatu aplikasi ataupun *website* dengan tambahan instrumen *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berfungsi mengevaluasi kepuasan pelanggan dengan membandingkan fitur produk atau layanan dengan kinerjanya, serta *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang merupakan indikator numerik mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan suatu perusahaan. Dengan menggabungkan *WebQual 4.0*, IPA dan CSI, sebuah perusahaan dapat mendapatkan wawasan mendalam tentang aspek-aspek apa yang dianggap penting oleh nasabah dan sejauh mana PT. Bank Negara Indonesia

(Persero) Tbk. telah berhasil memenuhi harapan tersebut. Dengan demikian, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. dapat mengidentifikasi area di mana perubahan dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan. Selain itu juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara kualitas aplikasi perbankan *digital* dan profitabilitas Bank.

c. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang dampak kualitas layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah dan profitabilitas Bank di industri perbankan atau sektor keuangan lainnya. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan kualitas layanan *digital* seperti *BNI Mobile Banking* dalam mendukung peningkatan profitabilitas Bank.

## 1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada penelitian ini, pembahasan disusun dalam lima bab yang saling berkaitan. Sistematika dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan penelitian terkait analisis kualitas aplikasi *mobile banking* dalam meningkatkan profitabilitas Bank dengan studi kasus pada aplikasi *BNI Mobile Banking*. Isi bab ini meliputi: Gambaran Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi berbagai teori terkait *Fintech*, Analisa Profitabilitas, Analisa Determinan, Analisa Kualitas, Aplikasi, *Mobile Banking*, *WebQual 4.0*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*), *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Return On Assets (ROA)* yang

disertai 20 penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis sementara dari penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, integrasi beberapa metode yang digunakan meliputi *WebQual 4.0*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*, serta teknik pembuatan, penyebaran serta perhitungan hasil kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah analisis profitabilitas dan determinan kualitas aplikasi *mobile banking* dalam meningkatkan profitabilitas Bank. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tiga bagian: bagian pertama karakteristik responden, bagian kedua menyajikan hasil penelitian dan bagian ketiga menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Hasil penelitian merupakan hasil pengolahan perhitungan Regresi Linear Berganda, *Moderator Regression Analysis*, perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)*, diagram *Importance Performance Analysis (IPA)*, analisis deskriptif dan analisis profitabilitas dengan mengukur perkembangan nilai rasio *Return on Assets (ROA)*.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama adalah kesimpulan dan bagian kedua adalah saran penulis untuk perusahaan (bank) dan untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan yang penulis susun merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.