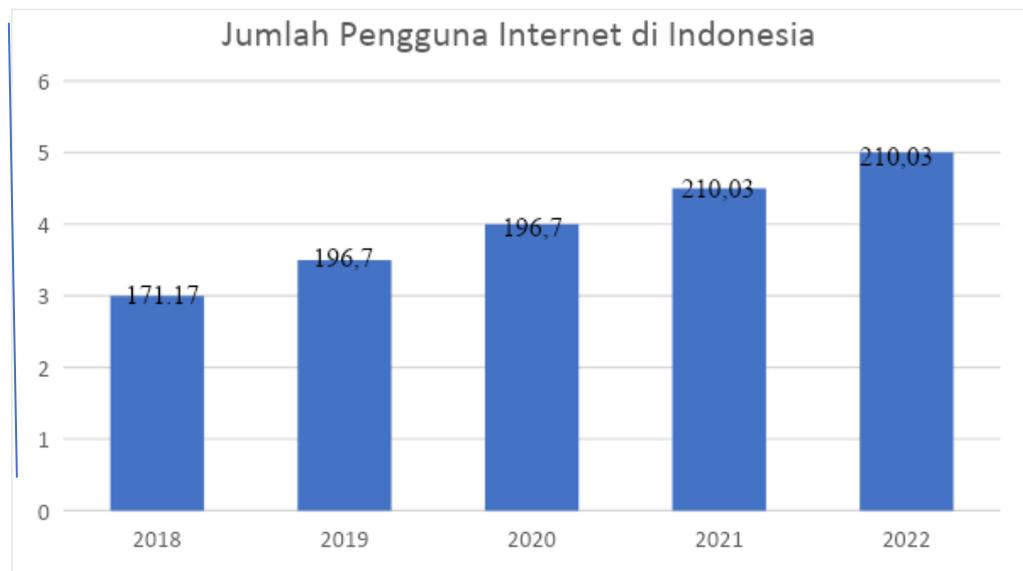


BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada jaman perkembangan teknologi ini, kemajuan teknologi banyak berinovasi. Melalui teknologi informasi, manusia akan lebih mudah untuk melangsungkan aktivitas sehari-hari. Adapun kemajuan teknologi yang paling menonjol adalah internet. Ini bisa terjadi sebab pengguna internet cepat atau lambat akan menjadi kebutuhan utama bagi setiap orang. Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ada 210,03 juta pengguna internet pada kurun waktu 2018-2022.



Sumber: APJII

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.

Jumlah pertumbuhan pengguna internet pada Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Jumlah pengguna internet mengalami peningkatan, yakni dari jumlah seluruh penduduk Indonesia sebanyak 273,52 juta jiwa, dimana pemakai internet sebesar 210,03 juta penggunaan internet di dalam negeri pada kurun waktu

2021-2022. Angka itu semakin tinggi 6,78% daripada tahun sebelumnya yang sebanyak 196,7 juta orang. Hal itu juga meningkatkan jumlah peningkatan pengguna internet di Indonesia menjadi sekitar 77,02%. Berdasarkan data statistika, Pengguna *smartphone* di Indonesia pun mengalami kenaikan sebesar 89% dari total penduduk di Indonesia.

Perkembangan internet sangat bermanfaat bagi banyak bidang, Sektor perbankan adalah salah satu industri yang memanfaatkan pertumbuhan internet. Perkembangan teknologi yang cepat di dunia menjadi landasan perkembangan bank di Indonesia, yang berdampak pada pola hidup masyarakat. Dengan adanya *self-service* akan memudahkan nasabah bank untuk bertransaksi. Layanan harus dapat mengakomodasi mobilitas nasabahnya. Untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya diperlukan perangkat tambahan yang dikenal sebagai perangkat *mobile*. Bank telah meningkatkan layanan perbankannya dengan menggunakan teknologi informasi, yaitu *mobile banking* (m-banking). *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kegiatan perbankan yang lancar dan mudah serta keefektifan dan keefisienan pelanggan dalam melakukan berbagai transaksi, *mobile banking* sebagai *Customer Relationship Management* (CRM) *channel* dapat membantu nasabah dan bank berkomunikasi satu sama lain dengan memfasilitasi interaksi langsung melalui media yang mudah digunakan (*user friendly*), paling sering digunakan oleh pelanggan, mudah didapatkan, dan memiliki harga yang sangat murah. Fenomena ini mendorong bank untuk menerapkan *mobile banking*, dengan slogan “Layanan perbankan dalam genggaman” (Budiardjo & Aprillovi, 2009).

Berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan bank yaitu suatu lembaga usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Shinta Nuraini, 2023

ANALISIS PERBANDINGAN FITUR LAYANAN MOBILE BANKING UNTUK NASABAH KELOMPOK BANK BERDASARKAN MODAL INTI (KBMI IV)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbankan dan Keuangan Diploma Tiga

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Bank Umum (konvensional) yaitu bank terbesar di Indonesia. Bank umum ini memiliki kegiatan pemberian jasa yang sangat lengkap dan dapat beroperasi diseluruh wilayah Indonesia.

Tabel 1. Data pengguna *mobile banking* perbankan pada tahun 2021-2022

	BCA	BRI	BNI	MANDIRI
2021	47,5%	17%	14%	12,9%
2022	47,4%	19,4%	11,2%	12,9%

Sumber: topbrand-award.com

Berdasarkan Topbrand-award.com *Mobile Banking* Perbankan Pada tahun 2021-2022. Pengguna *Mobile Banking* di Indonesia pada posisi pertama masyarakat dominan menggunakan *mobile banking* BCA pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 47,5% dikarenakan dengan adanya pandemi Covid-19 cenderung membatasi kegiatan di luar rumah, seperti transaksi jual beli, transaksi digital solusi bagi masyarakat karena kemudahan layanan yang diberikan. Sedangkan pengguna *mobile banking* BCA pada tahun 2022 47.4%, dan pada posisi kedua masyarakat menggunakan *mobile banking* BRI pada tahun 2021 sebesar 17% sedangkan pada tahun 2022 19,4%. Adapun *mobile banking* BNI pada tahun 2021 14% sedangkan pada tahun 2022 11,2% dan *mobile banking* Mandiri pada tahun 2021 dan tahun 2022 yaitu 12,9% (*Top Brand Awards, 2022*)

Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti IV (KBMI IV) merupakan bank yang mempunyai Modal sebanyak dari Rp. 70.000.000.000 (tujuh puluh triliun rupiah). PT. Bank Central Asia (Persero), Tbk dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk termasuk anggota kelompok dari KBMI IV.

Suatu fitur atau jenis fasilitas yang baik diperlukan untuk mendukung kinerja perusahaan untuk kepentingan nasabah. Kotler dan Keller (2012:8) mengatakan bahwa fitur merupakan karakteristik produk yang melengkapi fungsi dasar produk, Poon (2008:56) mengatakan bahwa ada beberapa indikator ketersediaan fitur pada suatu *electonic banking*, seperti kemudahan untuk mendapatkam informasi tentang produk dan jasa, berbagai layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk. Salah satu jenis konsep promosi yang

Shinta Nuraini, 2023

ANALISIS PERBANDINGAN FITUR LAYANAN MOBILE BANKING UNTUK NASABAH KELOMPOK BANK BERDASARKAN MODAL INTI (KBMI IV)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbankan dan Keuangan Diploma Tiga

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

digunakan untuk menarik minat pelanggan terhadap suatu produk adalah fitur layanan, jika fitur layanan baik dan terjamin, nasabah pasti akan tertarik pada produk tersebut.

Kelebihan fitur adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dengan ketersediaan berbagai fitur pada *mobile banking*. Fitur yang menarik dan beragam jenis juga akan meningkatkan persepsi keunggulan aplikasi *mobile banking* tersebut. Sekarang masyarakat mulai membandingkan aspek-aspek yang ada pada *mobile banking*, membandingkan layanan *mobile banking*, atau kemudahan dan kelemahan yang di berikan oleh *mobile banking*. Hal tersebut sesuai dengan penulisan tugas akhir yang dilakukan oleh penulis. Berdasarkan latar belakang ini, penulis membuat laporan tugas akhir yang diberi judul “**Analisis Perbandingan Fitur Layanan *Mobile Banking* Untuk Nasabah Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti (KBMI IV)**” .

I.2 Tujuan

Tujuan penulis dalam tugas akhir ini yaitu:

1. Untuk mengetahui fitur layanan *mobile banking* BCA*mobile*
2. Untuk mengetahui fitur layanan *mobile banking* BRImo.
3. Ingin membandingkan fitur layanan *mobile banking* untuk nasabah

I.3 Manfaat

Berdasarkan hasil tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat, meningkatkan wawasan, dan meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai perbandingan fitur layanan *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis

Hasil tugas akhir ini diharapkan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan fitur layanan *mobile banking* yang dimiliki oleh masing-masing bank.

Shinta Nuraini, 2023

***ANALISIS PERBANDINGAN FITUR LAYANAN MOBILE BANKING UNTUK NASABAH KELOMPOK BANK
BERDASARKAN MODAL INTI (KBMI IV)***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbankan dan Keuangan Diploma Tiga
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]