

## **PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA MOBILE BANKING DI ERA PANDEMIK COVID-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar)**

Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin✉

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare

### **Abstrak**

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah mobile banking saat terjadi pandemi Covid-19 di BNI Cabang Makassar. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan metode deskriptif. Kemudian, penelitian menggunakan sampel yang ditargetkan berjumlah 100 orang, dengan tujuan untuk memahami dampak kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah mobile banking selama pandemi Covid-19. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan instrumen skala pengukuran likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis regresi sederhana. Dari hasil analisis yang ditemukan bahwa variable kepercayaan dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan nasabah paling banyak dipengaruhi oleh dari segi fasilitas mobile banking karena memudahkan akses jalan untuk bertransaksi. Untuk itu layanan mobile banking menjadi daya tarik yang lebih besar kepada nasabah melakukan transaksi di era pandemik covid-19.

**Kata Kunci:** *Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking.*

### **Abstract**

This research aims to determine the influence of trust on the level of satisfaction of mobile banking customers during the Covid-19 pandemic at BNI Makassar Branch. This research method uses quantitative research and descriptive methods. Then, the study used a targeted sample of 100 people, with the aim of understanding the impact of service quality on the trust of mobile banking customers during the Covid-19 pandemic. The data collection method used is a questionnaire with a likert measurement scale instrument. The data analysis techniques used in this study include simple regression analysis. From the results of the analysis found that variable trust with a significance level of 0.000 smaller than 0.05 This means that Trust has a positive effect on Customer Satisfaction, Customer trust is most influenced by in terms of mobile banking facilities because it facilitates road access to transact. Therefore, mobile banking services become a bigger attraction for customers to make transactions in the era of the covid-19 pandemic.

**Keywords:** *Trust, Customer Satisfaction, Mobile Banking.*

## PENDAHULUAN

Bagian Covid-19 melanda Indonesia berdampak pada aktivitas perekonomian di Indonesia. (Ekki Septiano Prakoso 2021). Pertumbuhan ekonomi Indonesia terjun bebas pada 2,5 persen, dari rata-rata sebelumnya 5,02 persen, akibat pembatasan kegiatan berdampak signifikan terhadap transaksi pada perbankan. (Fahrika and Roy 2020) Pandemi Covid-19 menjadi tantangan bagi dunia usaha, termasuk sektor jasa keuangan perbankan (Sumadi 2020). Kebijakan Industri Perbankan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan selama PSBB (SP 26/DHMS/OJK/IV/2020). Lembaga jasa keuangan diwajibkan bekerja sama dengan staf minimum sesuai dengan protokol kesehatan serta membatasi layanan tatap muka dan sebagai gantinya bank dapat memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya

Kebijakan sektor perbankan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan selama PSBB (SP 26 / DHMS / OJK / IV / 2020). Lembaga jasa keuangan diharuskan untuk bekerja sama dengan jumlah minimum karyawan yang sejalan dengan protokol kesehatan dan membatasi layanan langsung, dan sebagai gantinya bank dapat memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya. (Sumadi 2020)

Penggunaan teknologi selama Pandemi secara global meningkat tajam, tercatat 200% pendaftaran mobile banking baru pada awal April, serta transaksi melalui mobile banking naik 85%..(Ellen Sheng 2020). Saat ini, Indonesia menjadi pasar yang matang bagi perbankan digital karena populasinya yang sebagian besar unbanked dan tingkat penetrasi mobile yang tinggi. Namun, untuk mengimbangi tuntutan yang terus meningkat, bank tradisional dengan model warisan dihadapkan pada tantangan mendesak untuk mengubah layanan mereka secara digital karena COVID-19 mengintensifkan kebutuhan konsumen dan bisnis akan ketersediaan, akses, dan kontrol layanan perbankan digital. Pengembangan mobile banking merupakan akses layanan yang memudahkan nasabah bertransaksi tanpa tatap muka selama pandemi. (Abdul Razak Munir 2013)

Mobile banking adalah layanan yang memberikan akses mudah dan cepat ke informasi terkini dan transaksi keuangan secara real time. (Maulana, Iskandar, and Mailany 2019)

Penggunaan mobile banking menghadapi beberapa masalah diantaranya rentan diserang penipuan "smishing", Transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 600% sejak 2015. 89% kerugian penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan berhubungan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 aplikasi nakal baru yang diajukan per hari. Kerugian penipuan seluler mencapai lebih dari \$ 40 juta dari 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 (Letic 2020)

Masalah yang muncul yaitu tingkat kepercayaan nasabah terhadap mobile banking karena terjadinya beberapa masalah mobile banking yang terjadi diatas. Untuk itu, dalam rangka membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, bank harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya agar nasabah merasa aman dan percaya diri di bank karena nasabah dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan dari bank, maka bank perlu melakukan tindakan dan strategi yang tepat agar dapat terus menjadi bank terpercaya oleh masyarakat..(Welim and Arifin 2016) Dengan layanan yang baik itu akan

membuat konsumen mendapatkan nilai untuk atas apa yang mereka korbankan untuk mendapatkan sesuatu yang mereka harapkan. (Purbasari and Purnamasari 2018)

Ketika sistem online dapat meningkatkan komunikasi mereka yang mencakup keterbukaan, responsif dan kualitas informasi akan mempengaruhi kemampuan sistem teknologi online yang diterapkan GPRS dari pengguna handphone untuk memenuhi kebutuhan pengguna mobile banking di era pandemik covid-19. Kontrol perilaku eksklusif dalam mobile banking dapat terjadi sehingga ketika bank menyampaikan informasi ke server setelah berkomunikasi dengan pelanggan, keadaan aktual yang tidak lengkap atau tidak dapat dengan mudah disediakan. Konsumen yang tidak memiliki informasi kualitas produk lengkap sering kehilangan kepercayaan ketika melakukan transaksi online. (Kinasih and Albari 2012)

Oleh karena itu, perilaku oportunistik harus dikendalikan. Bertambahnya jumlah bank yang menyediakan fungsi mobile banking telah menimbulkan persaingan antar bank. Persyaratan ini secara khusus mendorong perbankan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, salah satunya kepercayaan nasabah dalam menggunakan mobile banking. (Aziroh 2013)

Melihat permasalahan yang terjadi maka dari itu maka focus pada penelitian yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruhh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada era pandemik covid-19 Pada Bank BNI Cabang Makassar.

## METODOLOGI

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan metode deskriptif. Kemudian, penelitian menggunakan sampel yang ditargetkan berjumlah 100 orang, dengan tujuan untuk memahami dampak kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah mobile banking selama pandemi Covid-19. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan instrumen skala pengukuran likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis regresi sederhana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Dalam penelitian ini peneliti membagikan 100 kuesioner kepada responden yang telah diidentifikasi oleh peneliti. Berikut ini adalah deskripsi narasumber yang telah diidentifikasi:

**Tabel.1. Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
Laki-laki	43	43%
Perempuan	57	57%

Sumber: diolah 2021

Berdasarkan pada table diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari jenis kelamin yaitu laki-laki berjumlah 43 atau 43% Nasabah, dan Paling banyak perempuan berjumlah 57 atau 57% Nasabah.

**Tabel.2. Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentasi
SMA	5	5 %
DIPLOMA	13	13 %
S1	25	25 %
S2	26	26 %
Lain-lain	31	31 %

Sumber: diolah 2021

Berdasarkan pada table diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari pendidikan terakhir yaitu SMA berjumlah 5 atau 5% Nasabah, DIPLOMA berjumlah 13 atau 13 % nasabah, S1 berjumlah 25 atau 5% nasabah, S2 berjumlah 26 atau 26% nasabah, dan yang paling tertinggi berdasarkan pendidikan terakhir ialah Lain-lain berjumlah 31 atau 31% nasabah.

**Tabel.3. Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
TNI/Polri	13	13%
PNS	25	25%
Pegawai Swasta	19	19%
Pedagang	23	23%
Wirausaha	11	11%
Lain-lainnya	9	9%

Berdasarkan pada table diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari Jenis Pekerjaan yaitu TNI/Polri berjumlah 13 atau 13 % Nasabah, Pegawai swasta berjumlah 19 atau 19% nasabah, pedagang berjumlah 23 atau 23% nasabah, wirausaha berjumlah 11 atau 11% nasabah, lain-lainnya berjumlah 9 atau 9% nasabah, dan yang paling banyak PNS berjumlah 25 atau 25% Nasabah.

### Hasil Uji Regresi (Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan nasabah pada era pandemik covid-19 di Bank BNI Cabang Makassar).

**Pertama**, Nilai konstanta sebesar  $23,222$  mengindikasikan bahwa jika variabel independen *Kepercayaan* konstan atau sama dengan nol maka kualitas pelayanan akan sebesar  $23,222$

**Kedua**, Koefisien regresi variabel *Kepercayaan* sebesar  $0,519$  mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel *kualitas pelayanan* maka akan meningkatkan nilai kualitas kepercayaan sebesar  $0,519$ .

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variable kepercayaan dengan tingkat signifikansi  $0,000$  yang lebih kecil dari  $0,05$ , Hal ini berarti *Kepercayaan* berpengaruh terhadap *Kepuasan Nasabah*

### Korelasi dan Koefisien Determinasi

Untuk melihat keeratan hubungan antar variabel dan kontribusi variabel bebas terhadap naik turunnya variabel terikat dapat dilihat dari hasil analisis korelasi dan koefisien determinasi melalui program SPSS berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of
1	.529	.279	.272	2.609

Sumber : data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas Nilai  $R = 0.529$  hal ini berarti bahwa hubungan yang kuat dan positif kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada mobile banking di era pandemik covid-19 Bank BNI Cabang Makassar. Kemudian nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar  $0,279$  hal ini berarti bahwa  $27\%$  variabel tinggi rendahnya kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada mobile banking sedangkan sisanya sebesar  $72,1\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil Uji SPSS diatas dengan menggunakan hasil Uji Regresi sederhana variable Independent yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Mobile Banking di era Pandemi Covid-19 Pada Bank BNI Cabang Makassar

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada mobile banking era pandemik covid-19 di Bank BNI Cabang Makassar ini sudah memberikan dampak yang baik artinya nasabah merasa puas apa yang bisa dirasakan dengan adanya kepercayaan yang baik dengan memakai mobile banking Seperti pengalaman pelanggan yang lebih baik, kenyamanan, alternative untuk switching bank, dan Fitur keamanan. Seperti yang diutarakan teori (Utami, Handayani, and Pusporini 2019) **bahwa** kepercayaan yakni kekuatan bahwa produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan sering disebut asosiasi objek -atribuk (up-link-attribute), yaitu kepercayaan konsumen tentang hubungan potensial antara objek dan atribut terkait

Untuk itu dengan adanya mobile banking memberikan kepuasan kepada nasabah karena kepercayaan yang baik tentu saja memberikan nasabah agar tetap puas apa yang mereka diberikan fasilitas yang baik apalagi di era pandemik covid-19, maka dari itu untuk mempertahankan nasabah tetap merasa puas maka pada bank tersebut harus mempertahankan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah tersebut. Kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh pimpinan bank. Kunci bagi bank dalam menemukan banyak nasabah adalah memberikan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk dan layanan berkualitas tinggi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa nasabah tidak puas dengan produk yang mereka konsumsi akan meninggalkan bank dan kemudian mencari bank lain yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Kepuasan merupakan perasaan atau kekecewaan yang dirasakan seseorang sebagai akibat dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya. Jika kinerjanya memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas, begitu pula sebaliknya. (Wardhana 2015) Kepuasan yakni penilaian terhadap karakteristik atau keistimewaan suatu produk, layanan, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumsi konsumen.(Fandy Tjiptono 2001)

Memenuhi kebutuhan nasabah adalah apa yang diinginkan setiap bank. Selain faktor-faktor penting bagi kelangsungan hidup bank, memenuhi kebutuhan nasabah dapat meningkatkan keunggulan persaingan. Nasabah yang Puas dengan produk dan layanan yang baik cenderung akan mempengaruhi produk bank yang dimiliki seperti mobile banking merupakan volume penjualan bank. Menurut Nuastuti, istilah "mobile banking" dianggap sangat erat kaitannya dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak (seperti telepon seluler) yang menyediakan fasilitas mirip ATM selain uang tunai..(Wiji Nurastuti 2011) Produk layanan mobile banking merupakan saluran distribusi bank yang digunakan untuk mengakses rekening milik nasabah melalui teknologi GPRS melalui telepon seluler (GPRS). Perkembangan teknologi informasi yang pesat memberikan kecepatan dan kenyamanan layanan transaksi perbankan kepada nasabah. (Maulana, Iskandar, and Mailany 2019)

Kepercayaan nasabah paling banyak dipengaruhi oleh dari segi fasilitas mobile banking karena memudahkan akses jalan untuk bertransaksi. Untuk itu layanan mobile banking menjadi daya tarik yang lebih besar kepada nasabah melakukan transaksi di era pandemik covid-19.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis yang ditemukan bahwa variable kepercayaan dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 Hal ini berarti *Kepercayaan* berpengaruh positif terhadap *Kepuasan Nasabah*. Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan nasabah paling banyak dipengaruhi oleh dari segi fasilitas mobile banking karena memudahkan akses jalan untuk bertransaksi. Untuk itu layanan mobile banking menjadi daya tarik yang lebih besar kepada nasabah melakukan transaksi di era pandemik covid-19

## Referensi :

- Abdul Razak Munir, Abdul Razak Munir. 2013. "Acceptance of Mobile Banking Services in Makassar: A Technology Acceptance Model (TAM) Approach." *IOSR Journal of Business and Management* 7 (6): 52-59. <https://doi.org/10.9790/487x-0765259>.
- Aziroh, Mahmudatus Sa'diyah dan nur. 2013. "Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia." *Equilibrium* 1 (1).
- Ekki Septiano Prakoso. 2021. "Dampak Corona (Covid 19) Terhadap Perekonomian Di Indonesia." *Kumparan*. 2021. <https://kumparan.com/ekiseptiano2018/dampak-corona-covid-19-terhadap-perekonomian-di-indonesia-1uul5eunIG9/full>.
- Ellen Sheng. 2020. "Coronavirus Crisis Mobile Banking Surge Is a Shift That's Likely to Stick."
- Fahrika, A Ika, and Juliansyah Roy. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perkembangan Makro Ekonomi Di Indonesia Dan Respon Kebijakan Yang Ditempuh The Impact of the Covid-19 Pandemic on Macroeconomic Developments in Indonesia and The Policy Response Taken." *Inovasi* 16 (2): 206-13.
- Fandy Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: Andi Offset.
- Handayani, Ratih Fatmawati dan jati. 2015. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN NILAI NASABAH TERHADAP CUSTOMER RETENTION DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UNGARAN." *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5 (1).
- Kinasih, Bondan Satrio, and Albari Albari. 2012. "Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online." *Jurnal Siasat Bisnis* 16 (1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>.
- Letic, Jovana. 2020. "Mobile Banking Statistics: The Future of Money Is in the Palm of Your Hand." *DataProt*. 2020.
- Maulana, Rian, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany. 2019. "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model." *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2 (2): 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>.
- Purbasari, Dewi Maharani, and Dewi Laily Purnamasari. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang" 2 (202): 43-54.

- Sukma, Amaliana. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Bprs Suriyah Kantor Pusat Cilacap." *Amaliana Sukma* 3 (1): 33-54.
- Sumadi. 2020. "Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, no. 1: 145.  
<https://doi.org/10.30595/jhes.v0i1.8761>.
- Utami, Meliana, Tati Handayani, and Pusporini. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah." *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah* 2: 170-78.  
[https://www.google.com/search?safe=strict&tbm=bks&sxsrf=ALeKk03-FAA6PVAc0zcDWNvI9mg1Oq3KWA%3A1598488536484&ei=2P9GX9mPHZjt9QOv1pHAAg&q=%28Rusydi%2C+2017%3A39%29.&oq=%28Rusydi%2C+2017%3A39%29.&gs\\_l=psy-ab.3...3623.4616.0.5617.2.2.0.0.0.87.87.1.2.0....0..](https://www.google.com/search?safe=strict&tbm=bks&sxsrf=ALeKk03-FAA6PVAc0zcDWNvI9mg1Oq3KWA%3A1598488536484&ei=2P9GX9mPHZjt9QOv1pHAAg&q=%28Rusydi%2C+2017%3A39%29.&oq=%28Rusydi%2C+2017%3A39%29.&gs_l=psy-ab.3...3623.4616.0.5617.2.2.0.0.0.87.87.1.2.0....0..)
- Wardhana, Aditya. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia." *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>.
- Welim, Yohannes Yahya, and Ahmad Arifin. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah." *Prosiding SENTIA* 8: 1-5.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu.