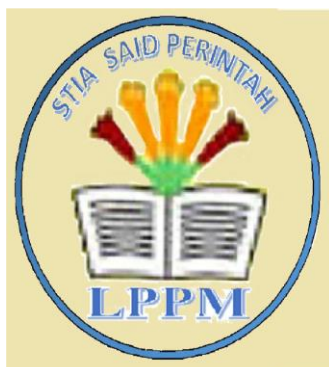


Public Policy: Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik dan Bisnis

Dampak Penggunaan *Digital Banking* dan Kepuasan Nasabah serta Implikasinya Terhadap Tingkat Tabungan

Ingrid Julia Letlora¹⁾
Stellamaris Metekohy²⁾
Djufri R. Pattilouw³⁾

^{1,2,3} Universitas Pattimura,
Ambon, Maluku, Indonesia
ingriedhlets.wi@gmail.com



LPPM STIA Said Perintah

Volume 5, No. 1, Maret 2024

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

Received; 2024 - 03 - 05

Accepted; 2024 - 04 - 12

Published; 2024 - 04 - 25



The editorial board holds publication rights for articles under a CC BY SA license, allowing distribution without separate permission if credited. Published articles are openly accessible for research, with no liability for other copyright violations (<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj/kebijakanhektaja>).



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstract

Public interest in using digital banking is increasing every month so banks need to maintain and increase customer satisfaction because that is also the main factor in increasing the use of digital banking applications. Digital banking is a banking service that facilitates customers to carry out all their financial activities via smartphone, from opening an account to electronic banking. Electronic banking, also called e-banking, is provided by banks to fulfill important services in carrying out banking transactions. This research aims to find out how digital banking influences the savings rate at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Masohi Branch Office, Central Maluku Regency. The data analysis method uses path analysis (Path Analysis). The results of this research show that there is a direct influence between digital banking on customer satisfaction and it is significantly positive, there is a positive influence between customer satisfaction and increasing the amount of savings. Meanwhile, the indirect influence of digital banking on the amount of savings through customer satisfaction is also positive and significant.

Keywords : Digital Banking, Customer Satisfaction, Total Savings

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang di era globalisasi ini, persaingan bisnis sangatlah tajam yang ditandai dengan adanya kemajuan perekonomian secara global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang telah memberikan sumbangan atau dana terhadap pendapatan nasional. Sekaligus berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada yang membutuhkan dana atau kegiatan perekonomian yang bersifat produktif (Angliawati, 2023).

Digital perbankan, yang mencakup layanan *e-banking*, telah mengubah cara nasabah melakukan aktivitas keuangan mereka. Dengan menggunakan *smartphone*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan mulai dari pembukaan rekening hingga melakukan transaksi elektronik. *E-banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan mudah dan praktis melalui internet, mengurangi kebutuhan akan antrean di ATM atau kantor bank. Kualitas pelayanan dalam digital perbankan menjadi penting karena tingkat kepuasan nasabah bervariasi dan hal ini mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan perbankan (Sicillia & Yazid, 2020).

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggannya. Kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan akan memotivasi nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan bahkan memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka (Atmaja, 2018); (Pascasari & Bernarto, 2013). Walaupun demikian terdapat kendala yang terjadi dalam melakukan transaksi menggunakan *Digital banking* adalah jaringan yang kurang stabil dan bahkan gagal login dalam pengoperasian *digital banking*, rekening yang dipakai hanya satu dan tidak bisa dari dua rekening jika ingin memakai saldonya. Jika mau login memerlukan waktu yang cukup lama dan menunggu lampu notifikasinya terlebih dahulu.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk telah mengeluarkan aplikasi m-banking yang dikenal dengan BRImo. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi perbankan, termasuk saldo rekening, penarikan tunai tanpa kartu dan transfer antar bank. Sejak tahun 2021, pengguna BRImo meningkat dari

1.869 nasabah pada Januari 2021 menjadi 9.695 pada Agustus 2023 (Bank Rakyat Indonesia Cabang Masohi). Peningkatan ini menunjukkan minat masyarakat terhadap penggunaan *digital banking* yang semakin meningkat. BRIimo perlu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah sebagai faktor utama dalam pertumbuhan penggunaan BRIimo setiap bulannya, serta untuk menjaga posisinya di industri perbankan digital di Indonesia.

Aplikasi BRIimo telah berdampak pada minat masyarakat untuk menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Pada Januari 2021, jumlah rekening mencapai 17.369, dan hingga Agustus 2023, jumlahnya meningkat menjadi 27.081 rekening. Kehadiran BRIimo diduga berkontribusi pada peningkatan jumlah rekening di bank tersebut. Harapannya, aplikasi ini memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga mereka akan menyebarkan pengalamannya kepada masyarakat lain, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah nasabah dan tabungan.

Selama ini, penelitian tentang layanan *digital banking* telah menjadi topik menarik bagi para peneliti dan pengamat di dunia perbankan. Novita Sari, (2015) menemukan bahwa akurasi dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bahkan, kualitas sistem informasi website dan kecepatan layanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan (Purawati, dkk., 2018; (Wardhana, 2015); (Widyadinata, 2014). Hasil penelitian Trian Zetta et al., (2023) menunjukkan bahwa banking (*mobile banking*) memiliki dampak positif terhadap perilaku menabung nasabah. Namun temuan hasil kajian empiris oleh Yudistira et al., (2021) berhasil membuktikan bahwa layanan dital banking (*mobile banking*) tidak berpengaruh terhadap jumlah tabungan. Di sisi lain, penelitian oleh Nasution et al., (2023) menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* tidak secara signifikan memengaruhi kepercayaan nasabah, tetapi perlindungan nasabah dalam penggunaan *e-banking* justru berdampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Hasil telaah kajian-kajian empiris ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*).

Kebaharuan penelitian dengan topik terletak pada pendekatan yang komprehensif dan kontekstual dalam menggali hubungan antara *digital banking*, kepuasan nasabah, dan tabungan di BRI. Studi ini dapat menggunakan data aktual dari nasabah BRI dan menggabungkannya dengan analisis statistik untuk menemukan pola dan hubungan yang signifikan. Selain itu, penelitian ini juga mungkin mengeksplorasi faktor-faktor tambahan

yang dapat memengaruhi tingkat tabungan, seperti preferensi pengguna terhadap fitur-fitur *digital banking* tertentu dan kebutuhan keuangan individu. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana perkembangan teknologi digital memengaruhi perilaku tabungan nasabah di salah satu bank terbesar di Indonesia, serta memberikan rekomendasi yang berharga bagi BRI dalam meningkatkan layanan *digital banking* mereka dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dengan memperhatikan hasil telaah kajian empiris dan kebaruan di atas, terlihat adanya peluang yang signifikan untuk mengkaji topik ini secara lebih mendalam. Agusty, (2014) menyoroti pentingnya *research gap* yang membuka ruang bagi peneliti untuk mengkaji masalah penelitian dengan lebih detail. Topik kajian ini menjadi menarik karena diskusi tentang pengaruh digital perbankan masih terus berkembang, terutama di daerah-daerah kepulauan yang mungkin mengalami keterbatasan infrastruktur.

Dalam konteks ini, layanan digital perbankan BRI, seperti aplikasi BRI_{mo} di Kabupaten Maluku Tengah, menjadi subjek yang menarik karena dinamika dan tantangan yang unik dalam konteks kepulauan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) *digital banking* terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi, Kabupaten Maluku Tengah. Dengan demikian, kajian tentang pengaruh digital perbankan terhadap tingkat tabungan pada BRI Cabang Masohi, Kabupaten Maluku Tengah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman lebih dalam tentang dinamika perbankan di Indonesia, khususnya dalam konteks daerah-daerah kepulauan.

Kerangka Teoritis

Perbankan di Indonesia

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1988, bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan memberikan kredit serta jasa lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Fungsi utama bank adalah sebagai perantara antara pihak yang memiliki dana dan yang membutuhkan dana (Kasmir, 2017). Ada dua jenis bank di Indonesia, yaitu bank umum yang menyediakan layanan konvensional atau syariah dan juga layanan pembayaran, serta bank perkreditan rakyat yang juga dapat menyediakan layanan konvensional atau syariah, tetapi tidak memberikan

layanan pembayaran. Selain itu, ada Bank Indonesia sebagai bank sentral yang bertugas sebagai regulator dan pengawas bank umum dan bank perkreditan rakyat, dengan tujuan untuk mengatur dan menjaga stabilitas nilai rupiah melalui kebijakan moneter.

Internet Banking

Dalam era teknologi internet, banyak bank di seluruh dunia menawarkan layanan internet untuk memberikan kenyamanan dan fleksibilitas kepada pelanggan mereka. Ini telah berkontribusi pada pertumbuhan bank dan popularitas *e-banking* (Sarjiyus et al., 2019). Perkembangan pesat terjadi dalam dunia perbankan di Indonesia dan India, dimana teknologi telah membawa perubahan luas di berbagai bidang keuangan seperti e-finance, e-money, *e-banking*, dan lainnya (S. Chandrasekaran & Sriman Narayanan, 2019). Dalam menjalankan usahanya, bank harus memberikan pelayanan terbaik dan mengeluarkan produk yang memenuhi kebutuhan nasabah untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Teori Difusi Inovasi

Teori ini menekankan bahwa komunikator yang menerima pesan dari media massa memiliki pengaruh besar dalam memengaruhi masyarakat. Inovasi yang disebarkan melalui media massa memiliki dampak yang kuat dalam mendorong masyarakat untuk mengikutinya. Rogers dan Shoemaker, (1971) mendefinisikan difusi sebagai proses penyebaran penemuan kepada masyarakat sebagai anggota sistem sosial. Mereka menggambarkan bahwa teknologi adalah informasi, bukan hanya perangkat fisik dan memiliki komponen *hardware* dan *software*. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara bank beroperasi dan berinteraksi dengan nasabah, termasuk penggunaan internet, perangkat mobile dan teknologi lainnya untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih efisien dan nyaman.

Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*)

Teori ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah terbentuk oleh perbandingan antara harapan mereka terhadap layanan dengan persepsi mereka tentang kinerja aktual layanan tersebut. Jika pengalaman layanan melebihi harapan, nasabah cenderung merasa puas. Ketika memilih produk atau jasa tersebut, para nasabah memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk dan atau jasa tersebut (*product performance*) yaitu, produk dan

atau jasa berkinerja lebih dari yang diharapkan, Produk dan atau jasa berkinerja seperti yang diharapkan, Produk dan atau jasa berkinerja lebih buruk dari yang diharapkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengeksplorasi hubungan antara *digital banking*, kepuasan nasabah, dan peningkatan tabungan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Masohi Kabupaten Maluku Tengah Provinsi Maluku. Analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk menggambarkan dan menguji model hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel tersebut. Lokasi penelitian adalah Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Masohi Kabupaten Maluku Tengah, dengan penelitian dilaksanakan dari bulan November hingga Desember 2023 dengan sampel sebanyak 386 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan tiga dimensi variabel sebagai sumber data primer.

Dimensi dan Indikator Variabel Penelitian

Dimensi	Indikator
<i>Digital banking</i>	Fitur Pelayanan Jaringan Biaya
Kepuasan Nasabah	<i>Efficiency</i> <i>Confidence</i> <i>Privacy & Security</i> <i>Personal Needs</i>
Tabungan	Jumlah Volume

Sumber data; Hasil penelitian, (2023)

Sedangkan sumber data sekunder, berupa data yang dipublikasikan oleh Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Masohi Kabupaten Maluku Tengah serta instansi terkait lainnya. Data tersebut dikumpulkan dari terbitan berkala berupa buku, laporan. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), dimana melalui jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir (Sugiyono, 2017). Model persamaan utamanya adalah:

$$Y = \rho_{yx1}X_1 + \rho_{yx2}X_2 + \rho_{yx3}X_3 + \rho_{yx4}X_4 + \varepsilon_1$$

$$Z = \rho_{zx1}X_1 + \rho_{zx2}X_2 + \rho_{zx3}X_3 + \rho_{zx4}X_4 + \rho_{zY}Y + \varepsilon_2$$

Dimana:

α_0 dan β_0 = Konstanta

α_1 dan β_1 = Koefisien regresi

ε dan μ = *Error term*

X = *Digital banking*

Y = Kepuasan nasabah

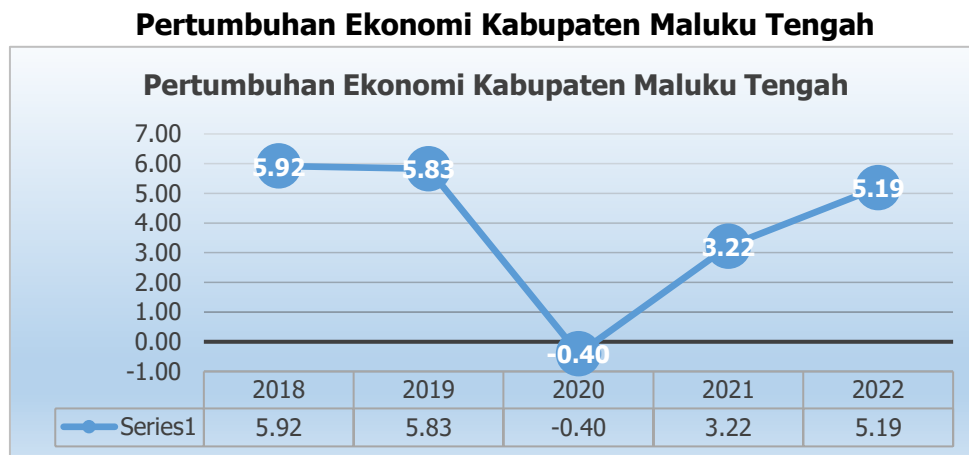
Z = Jumlah tabungan

Selanjutnya dilakukan uji terhadap setiap instrumen digunakan yang meliputi uji validitas (*validitas konvergen* dan *validitas discriminant*), uji reliabilitas, uji model Fit, pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh antar variabel serta uji pengaruh variabel intervening/mediasi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dinamika Perekonomian Kabupaten Maluku Tengah

Pada tahun 2022, perekonomian Kabupaten Maluku Tengah tumbuh sebesar 5,19 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pertumbuhan yang signifikan ini menunjukkan pemulihan ekonomi yang baik dari dampak pandemi COVID-19. Selama lima tahun terakhir (2018-2022), pertumbuhan ekonomi daerah ini mengalami fluktuasi, dengan kenaikan tertinggi pada tahun 2018 (5,92 persen) dan kontraksi terjadi hanya pada tahun 2020 (-0,40 persen). Dari segi produksi, sektor Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 7,24 persen, sementara sektor Jasa Keuangan dan Asuransi mengalami kontraksi sebesar 4,80 persen. Dari sisi permintaan akhir, Pengeluaran Konsumsi Pemerintah dan Impor mengalami pertumbuhan negatif, sedangkan komponen lainnya mengalami pertumbuhan positif. Data pertumbuhan ekonomi Kabupaten Maluku Tengah berdasarkan time series 2018-2022 dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber data; BPS Kabupaten Maluku Tengah (diolah kembali)

Pada tahun 2023, di Kabupaten Maluku Tengah, sebagian besar sarana perbankan didominasi oleh bank umum pemerintah (46%), diikuti oleh bank umum pembangunan daerah (31%), bank umum swasta (15%), dan bank perkreditan rakyat (8%). Tidak ada kehadiran bank Indonesia atau bank syariah. Selain itu, lembaga keuangan non-bank juga berperan penting dalam kemajuan daerah tersebut. Terdapat 3 perusahaan asuransi (27%), 6 lembaga pembiayaan (55%), dan 2 lembaga jasa keuangan khusus (18%) di Kabupaten Maluku Tengah. Namun, tidak ada perusahaan atau lembaga dana pensiun yang beroperasi di daerah tersebut.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan pada usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, dan pendapatan dapat dilihat pada tabel 2.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	176	45,60%
	Perempuan	210	54,40%
Usia (Tahun)	< 25 tahun	24	6,22%
	25-35 tahun	78	20,21%
	36-45 tahun	125	32,38%
	>45 tahun	159	41,19%
Pendidikan Terakhir	SD/SMP/SMA/Sederajat	236	61,14%
	D2/D3/D4	8	2,07%

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Pekerjaan	S1/S2/S3	142	36,79%
	PNS	90	23,32%
	TNI/Polri	14	3,63%
	Wiraswasta	128	33,16%
	Bumn	9	2,33%
	Pengusaha	19	4,92%
	Guru	17	4,40%
	Honorer	4	1,04%
	Ibu rumah tangga	39	10,10%
	Petani	7	1,81%
	Pelajar/Mahasiswa	20	5,18%
	Lain-Lain	39	10,10%
Pendapatan	< Rp.3.000.000	108	27,98%
	Rp.3.000.000 – Rp. 5.000.000	162	41,97%
	Rp.5.000.000 – Rp.10.000.000	85	22,02%
	> Rp.10.000.000	31	8,03%

Sumber data; Hasil penelitian, (2023)

Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas nasabah BANK BRI Cabang Masohi berusia 45 tahun ke atas (41,19%), diikuti oleh usia 36-45 tahun (32,38%), 25-35 tahun (20,21%), dan di bawah 25 tahun (6,22%). Dari sini dapat disimpulkan bahwa nasabah yang lebih tua cenderung lebih responsif terhadap informasi terkait penelitian ini dibandingkan dengan nasabah yang lebih muda.

Dalam hal tingkat pendidikan, sebagian besar responden (61,14%) memiliki pendidikan setara SD/SMP/SMA/Sederajat, diikuti oleh tingkat D2/D3/D4 (2,07%), dan S1/S2/S3 (36,79%). Adapun dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah wiraswasta (33,16%), diikuti oleh PNS (23,32%), ibu rumah tangga (10,10%), dan pelajar/mahasiswa (5,18%). Hal ini menunjukkan bahwa pilihan nasabah untuk menabung di bank dapat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan mereka.

Pendapatan juga berpengaruh terhadap tingkat menabung, dengan mayoritas responden memiliki pendapatan antara Rp. 3.000.000 hingga Rp. 5.000.000 (41,97%). Sedangkan jumlah responden dengan pendapatan di bawah Rp. 3.000.000, antara Rp.

5.000.000 hingga Rp. 10.000.000, dan di atas Rp. 10.000.000 masing-masing adalah 27,08%, 22,02%, dan 8,03% dari total responden.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian (pernyataan dalam kuesioner) dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017). Semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid item pernyataan dalam instrument penelitian. Pengujian Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* Smart-PLS 4. Ukuran yang digunakan untuk uji validitas, dilakukan melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Pengujian *convergent validity* melihat nilai outer loading indikator terhadap variabel laten. Nilai $> 0,7$ menunjukkan 50% atau lebih varians indikator dijelaskan oleh variabel. Meski menurut Chin, (1999) bahwa nilai 0,5-0,6 sudah cukup untuk validitas. Dalam penelitian ini, nilai minimal 0,7 dijadikan batasan, namun semua indikator memiliki nilai $> 0,7$, menunjukkan validitas yang memadai. Selanjutnya uji *discriminant validity* umumnya menggunakan Fornell-Larcker Criterion (FLC) dan *cross loadings*. Nilai FLC dan cross loadings pada indikator yang seharusnya lebih besar pada konstruk laten yang sama dibandingkan dengan konstruk laten lainnya. Cross loading $> 0,70$ menunjukkan validitas diskriminan yang baik (Ghozali, 2018).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menilai kestabilan dan keandalan hasil pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan metode Konsistensi Internal dengan fitur *Composite Reliability* dan koefisien *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali & Latan Hengky, (2015) nilai reliabilitas, yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, sebaiknya melebihi 0,70 untuk penelitian konfirmatori, dan nilai antara 0,60 - 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian eksploratori.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keputusan
Digital banking	0.984	0.984	Reliabel
Jumlah Tabungan	0.976	0.976	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.990	0.990	Reliabel

Sumber data: Hasil pengolahan data, 2023

Kesimpulan atas pengolahan data menunjukkan angka yang memuaskan, kesemua variabel diatas ambang batas 0,7, Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan tinggi. Disimpulkan semua konstruk penelitian ini sudah menjadi alat ukur yang fit, serta memiliki reliabilitas yang baik.

Uji Model Fit

Pengujian model of fit digunakan untuk menilai ketepatan model regresi secara statistik. Ini bisa diukur dengan nilai F dan SRMR. F menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen, sementara SRMR mengukur perbedaan antara matriks kovariansi sampel dan yang diprediksi oleh model. Jika nilai SRMR kurang dari 0,10, maka model dianggap sesuai (Henseler et al., 2015).

Hasil Uji Model of Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.011	0.013
d_ ULS	0.010	0.013
d_ G	0.210	0.218
Chi-square	491.719	500.014
NFI	0.954	0.953

Sumber data: Hasil pengolahan data, 2023

Pengujian Koefisien Jalur

Spesifikasi model analisis jalur dalam penelitian ini, sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka terdapat 2 model persamaan struktural yakni;

$$Y = \rho_{yx1}X_1 + \rho_{yx2}X_2 + \rho_{yx3}X_3 + \rho_{yx4}X_4 + \varepsilon_1$$

$$Z = \rho_{zx1}X_1 + \rho_{zx2}X_2 + \rho_{zx3}X_3 + \rho_{zx4}X_4 + \rho_{zy}Y + \varepsilon_2$$

Variabel *digital banking* (X) terdiri dari fitur (X1), pelayanan (X2), sistem dan jaringan (X3), serta biaya (X4). Kepuasan Nasabah terhadap layanan *digital banking* direpresentasikan oleh variabel Y, sementara tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi direpresentasikan oleh variabel Z. Hasil analisis menggambarkan pengaruh langsung, tak langsung dan total dari setiap variabel dengan koefisien jalur, *R-square* dan tingkat signifikansinya.

Estimasi Model Persamaan Pertama

Pengujian statistik terhadap persamaan struktural model 1 dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut;

- Jika *p-value* \leq nilai α (0,05): H0 ditolak, artinya ada hubungan/pengaruh yang signifikan.
- Jika *p-value* $>$ nilai α (0,05): H0 diterima, artinya tidak ada hubungan/pengaruh signifikan.

Hasil estimasi menggunakan Smart-PLS 4 menunjukkan semua variabel *digital banking* memiliki nilai *p-value* $<$ 0,05 terhadap kepuasan nasabah. *R-square* sebesar 0,937, menjelaskan 93,7% variasi dalam kepuasan nasabah, sementara 6,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Estimasi Model Persamaan Kedua

Sebagaimana yang dilakukan pada persamaan 1, pengujian statistik terhadap model persamaan 2 juga dilakukan berdasarkan kriteria pengujian sebagai berikut;

- Jika *p-value* \leq nilai α (0,05): H0 ditolak, artinya ada hubungan/pengaruh signifikan.
- Jika *p-value* $>$ nilai α (0,05): H0 diterima, artinya tidak ada hubungan/pengaruh.

Dalam model persamaan 2, hanya X1 (fitur layanan *digital banking*) dan Y (kepuasan nasabah) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi, dengan *p-value* $<$ 0,05. Variabel lain tidak signifikan secara statistik. *R-square* sebesar 0,931, menunjukkan bahwa 93,1% variasi dalam tingkat tabungan dapat dijelaskan oleh penggunaan layanan *digital banking* (BRImo), sementara 6,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Pengaruh antar Variabel

Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa hanya variabel fitur (X1) yang memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat tabungan. Variabel lainnya seperti pelayanan (X2), sistem dan jaringan (X3) serta biaya (X4) tidak memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat tabungan, namun memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepuasan nasabah.

Dalam kesimpulan, faktor *digital banking* hanya berpengaruh pada tingkat tabungan jika semua aspek layanannya memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil estimasi koefisien jalur menunjukkan bahwa fitur *digital banking* (X1) memiliki pengaruh signifikan secara langsung (koefisien 0,231) dan tidak langsung (koefisien 0,168) terhadap tingkat tabungan. Pengaruh total fitur terhadap tingkat tabungan adalah 0,399. Variabel pelayanan (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat tabungan. Variabel sistem dan jaringan (X3) serta biaya (X4) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui kepuasan nasabah terhadap tingkat tabungan, meskipun pengaruh langsung keduanya tidak signifikan secara statistik. Berdasarkan hasil estimasi total *effect*, hanya variabel fitur (X1), sistem dan jaringan (X3), serta biaya (X4) yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi. Variabel pelayanan (X2) tidak signifikan secara statistik.

Pengaruh *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Cabang Masohi

Estimasi statistik menunjukkan bahwa layanan *digital banking* di BRI Cabang Masohi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fitur-fitur yang diperoleh dari *digital banking* memudahkan transaksi bagi nasabah, yang tercermin dari tanggapan positif responden terhadap kejelasan prosedur dan ketersediaan transaksi yang beragam. Namun demikian, untuk tetap bersaing, pengembangan aplikasi perbankan harus terus berinovasi dengan menawarkan fitur-fitur unggulan.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang ada pada aplikasi BRImo saat ini sudah memenuhi kebutuhan masyarakat, namun dengan perkembangan teknologi yang terus berlanjut, akan tetap diperlukan penambahan fitur-fitur dan layanan kerjasama lainnya. Selain itu, temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel fitur *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan, seperti yang ditemukan oleh (Putri & Anna, 2022); (Iqbal dkk., 2021) dan (Rukani & Marlina, 2021).

Variabel pelayanan juga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kepuasan nasabah. Aspek-aspek seperti kemudahan dan kenyamanan dalam komunikasi, distribusi informasi yang jelas dan akurat, serta kecepatan respon dalam mengatasi masalah yang dihadapi nasabah, semuanya berkontribusi terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa dimensi kualitas

pelayanan seperti keandalan, empati dan jaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Zhou, 2004); (Kheng et al., 2010); (Agarwal, 2014).

Variabel lainnya adalah sistem dan jaringan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas jaringan dan sistem layanan *digital banking* pada BRI Cabang Masohi, semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Masalah jaringan, seperti kualitas internet dan kelancaran transaksi, diketahui menjadi hal mendasar dalam penggunaan aplikasi *digital banking*. Namun, biaya juga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Biaya yang tinggi dapat mengurangi kepuasan nasabah jika manfaat yang diperoleh tidak sebanding. Ini menunjukkan perlunya kesesuaian antara biaya yang dibebankan dengan manfaat yang diperoleh oleh nasabah sebagaimana yang dikemukakan Kotler & Keller, (2016) menyatakan bahwa rasa senang maupun kecewa pada konsumen terjadi setelah ia membandingkan kesesuaian pelayanan yang diberikan perusahaan dengan harapannya atas pelayanan tersebut.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Tingkat Tabungan pada BRI Cabang Masohi

Kepuasan nasabah berdampak positif terhadap jumlah tabungan, menunjukkan hubungan yang signifikan antara kepuasan nasabah dan jumlah tabungan. Responden menilai layanan BRI^{mo} efisien dan berkualitas, memungkinkan bank untuk menyediakan layanan *digital banking* yang menghemat waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi, seperti yang dijelaskan oleh Dima, (2017) adalah kunci dalam menjalankan suatu hal dengan baik dan tepat, serta mengurangi pemborosan waktu, tenaga dan biaya. Studi sebelumnya oleh Dewi et al., (2018) juga menegaskan bahwa efisiensi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank BRI Cabang Masohi memiliki pengaruh positif terhadap jumlah tabungan nasabah. Hal ini menegaskan bahwa jumlah tabungan di cabang tersebut dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah, yang didasarkan pada keyakinan dan kejujuran. Kemampuan Bank BRI Cabang Masohi dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan yakin, segera, akurat dan memuaskan akan meningkatkan loyalitas nasabah. Keterpercayaan nasabah terhadap informasi pribadi yang disimpan dalam portal layanan digital juga memengaruhi loyalitas, karena kepercayaan nasabah mencerminkan keyakinan bahwa

kebutuhan mereka dipenuhi oleh pihak bank. Faktor kepercayaan ini sangat penting dalam perbankan, karena tanpa kepercayaan nasabah, bank tidak akan bisa menghimpun dana. Kepercayaan yang hilang dapat mengakibatkan ketidakloyalan nasabah terhadap bank, sementara kepercayaan yang terjaga memunculkan komitmen untuk mempertahankan hubungan antara nasabah dan bank.

Temuan penelitian ini didukung oleh Morgan & Hunt, (1994), yang menegaskan bahwa kepercayaan adalah elemen kunci dalam meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Kepercayaan terhadap penyedia jasa akan membawa pada tingkat loyalitas yang lebih tinggi dari konsumen, sementara kekurangan kepercayaan dapat mendorong konsumen untuk beralih ke penyedia jasa lain. Dalam konteks meningkatkan keamanan nasabah, peran Bank Rakyat Indonesia (BRI) sangat penting dalam memastikan perlindungan data dan transaksi nasabah melalui layanan *mobile banking*. Tingkat persetujuan responden terhadap keamanan informasi di BRI^{mo} menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap keamanan data mereka adalah tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan memberikan dampak positif bagi BRI.

Budi (2015) menekankan pentingnya keamanan informasi dalam mencegah penipuan dan melindungi pengguna dari kejahatan *cyber*. Keamanan ini telah terbukti mempengaruhi penggunaan *digital banking*. Perspektif Zahid (2010) mengenai keamanan dari sudut pandang konsumen juga menggarisbawahi pentingnya melindungi informasi konsumen dalam bisnis perbankan *online*. Temuan penelitian sebelumnya oleh Kristianti & Pambudi, (2017) serta Kholid & Soemarso, (2018) menunjukkan bahwa keamanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh nasabah.

Selain itu, sebagian besar responden merasa kebutuhan pribadi mereka terpenuhi saat menggunakan layanan digital BRI, yang menurut Bertens (2000), adalah inti dari kepuasan pelanggan. Nasabah yang puas cenderung merekomendasikan layanan bank kepada orang lain, yang dapat meningkatkan jumlah tabungan. Di sisi lain, ketidakpuasan nasabah dapat mengarah pada dampak negatif terhadap merek atau penyedia jasa, sesuai dengan penjelasan (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016).

Pengaruh *Digital Banking* Terhadap Tingkat Tabungan pada BRI Cabang Masohi

Pada era Industri Revolusi 4.0, perkembangan teknologi semakin pesat, memaksa perusahaan, termasuk sektor perbankan, untuk mengikuti perkembangan tersebut guna

menjaga agar tidak tertinggal dan meningkatkan profitabilitas. Salah satu tujuan menerapkan teknologi dalam perusahaan adalah untuk meningkatkan efisiensi kinerja korporat. Dengan menerapkan teknologi, biaya operasional dapat dipangkas karena transaksi menjadi lebih terpusat dan otomatis.

Dalam industri perbankan, penggunaan internet sebagai medium antara bank dan nasabah dikenal sebagai internet banking. Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *digital banking* terhadap tingkat tabungan umumnya bersifat tidak langsung melalui kepuasan nasabah. Artinya, penggunaan *digital banking* akan memengaruhi tingkat tabungan jika dapat memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah. Tanpa variabel kepuasan, sebagian besar *digital banking* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat tabungan, kecuali fitur yang memiliki pengaruh langsung karena berkaitan dengan aspek fungsional dari aplikasi *digital banking*.

Implikasi dari temuan ini, seperti yang disampaikan oleh Apriliani, (2021) adalah bahwa kepuasan nasabah menjadi kunci keberhasilan bagi bank atau lembaga keuangan. Setiap produk atau layanan yang dikembangkan harus berfokus pada memberikan kepuasan optimal bagi nasabah, termasuk dalam konteks *digital banking*. Adanya pengaruh tidak langsung menentukan pengaruh total dari *digital banking* terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi. Variabel pelayanan, meskipun tidak signifikan secara statistik, perlu ditingkatkan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan mendapatkan solusi terkait kendala yang dihadapi. Ketiga variabel *digital banking* lainnya, yaitu fitur, jaringan dan biaya, memiliki pengaruh total yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi. Temuan ini sejalan dengan teori Rogers mengenai peran teknologi informasi dan komunikasi dalam transformasi operasional bank. Penelitian lain juga mengkonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* meningkatkan loyalitas nasabah melalui kepuasan (Hafizh et al., 2023).

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang terkait dengan *digital banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Namun, hanya variabel fitur yang langsung memengaruhi tingkat tabungan. Sedangkan variabel lainnya, yaitu pelayanan, sistem dan jaringan serta biaya, tidak memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat tabungan. Variabel fitur, jaringan dan biaya secara signifikan memengaruhi tingkat tabungan secara tidak langsung melalui kepuasan nasabah. Namun, pengaruh tidak langsung dari variabel pelayanan tidak signifikan. Secara keseluruhan, variabel fitur, jaringan dan biaya berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat tabungan di BRI Cabang Masohi. Namun, pengaruh total dari variabel pelayanan tidak signifikan. Ketidaksignifikan variabel Pelayanan menunjukkan bahwa aspek layanan pelanggan terkait dengan penggunaan *digital banking* belum optimal.

Rekomendasi

Rekomendasi berdasarkan temuan kajian ini lebih terfokus pada faktor pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan dan jumlah tabungan nasabah, antara lain; memastikan bahwa platform *digital banking* mudah digunakan, memberikan layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas, memberikan penjelasan terkait pengalaman personal bagi nasabah, menyediakan edukasi finansial kepada nasabah dan menangani keluhan nasabah dengan cepat dan efisien.

Keterbatasan dalam kajian ini terdapat pada akses data yang terbatas (hanya berfokus di BRI Cabang Masohi dan hanya melibatkan sedikit indikator dari variabel *digital banking* dan kepuasan nasabah). Sehingga penelitian yang akan datang direkomendasikan untuk melibatkan lebih banyak bank pada wilayah provinsi serta juga melibatkan lebih banyak indikator pengukur variabel yang diteliti. Pengukuran *digital banking*, dapat melibatkan; data frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang dilakukan dan preferensi pengguna terhadap fitur-fitur *digital banking* tertentu. Pengukuran kepuasan nasabah, dapat mempertimbangkan keterlibatan indikator; kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan responsifnya *platform* digital tersebut.

Daftar Pustaka

- Agarwal, U. A. (2014). Linking Justice, Trust and Innovative Work Behaviour to Work Engagement. *Personnel Review*, 43(1). <https://doi.org/10.1108/PR-02-2012-0019>
- Agusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro Press.

- Angliawati, R. Y. (2023). Pengaruh Fasilitas M-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Pada Bank BCA KCP Rajawali Bandung). *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 5(1), 48–61. <https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsj/article/view/1279>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713/pdf>
- Chin, W. W. (1999). *Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Square*. Sage publications. <https://www.researchgate.net/publication/242370645>
- Dewi, S., Sabri, S., & Winata, V. P. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.723>
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I., & Latan Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Press.
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile banking* BSI dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2). <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/5133/1931>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan* (14th ed.). Rajawali Pers.
- Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T., & Mosahab, R. (2010). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.5539/ijms.v2n2p57>

- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *E-banking* Pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2). <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jse/article/view/1687>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile banking* pada Mahasiswa di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3). <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Nasution, K., Hernawati, T., & Arfah, M. (2023). Pengaruh Efektifitas Elektronik Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Era Pandemi Covid-19 pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan. *Buletin Utama Teknik*, 18(3). <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/but/article/download/7646/5493>
- Novita Sari, R. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah. *E-Proceeding of Management*, 2(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2207/2087>
- Pascasari, P. D., & Bernarto, I. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen The Coffee Bean and Tea Leaf, Benton Junction Lippo Karawaci. *Agricultural and Food Sciences*. <https://rb.gy/eiiczm>
- Putri, A., & Anna, Z. H. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, 1(1). <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/275/177>
- Rukani, S., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran

- Online* di SMK Ketintang Surabaya. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2).
<https://doi.org/10.18592/ptk.v7i2.4763>
- Sarjiyus, O., Oye, N. D., & Baha, B. Y. (2019). Improved *Online* Security Framework for *e-banking* Services in Nigeria: A Real World Perspective. *Journal of Scientific Research and Reports*. <https://doi.org/10.9734/jsrr/2019/v23i130113>
- S. Chandrasekaran & Sriman Narayanan. (2019). Recent and Future Trends In E –Banking Services For Indian Banking Sector. *Journal of The Gujarat Research Society*, 21(16s).
<http://gujaratresearchsociety.in/index.php/JGRS/article/view/2321>
- Sicillia, M., & Yazid, A. (2020). Analisis Dampak *Digital banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Sebuah Bank Swasta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4520>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Trian Zetta, G., Nirwana, I., & Sriyanti, E. (2023). Pengaruh *Mobile banking*, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Menabung Nasabah di Bank Nagari Kota Solok. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(1).
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/download/986/969>
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>
- Widyadinata, A. A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketetapan Waktu, dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing. *Tax & Accounting Review*, 4(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-pajak/article/view/3114/2805>
- Yudistira, N., Hassan, F. Z., & Novel, N. (2021). Pengaruh Anjungan Tunai Mandiri dan *Mobile banking* Terhadap Jumlah Penghimpunan Dana. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 53–62. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.407>