

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Jago Tbk adalah bank *digital* yang berbasis di Jakarta. Bank Jago dibentuk pada tahun 1992 oleh keluarga Arto Hardy di Bandung sebagai PT Bank Artos Indonesia. Lalu pada tahun 1996 membuka cabang pertamanya di Jakarta. Bank Jago mampu mencatatkan perbankannya pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 (bankartos.co.id, 2021). Pada tahun 2020 nama Bank Artos diubah menjadi Bank Jago.

Bank Jago dikenal dengan layanan perbankan digital dan ekosistemnya yang menghadirkan berbagai solusi keuangan inovatif bagi kliennya. Pada tahun 2021, Bank Jago memiliki kapitalisasi pasar senilai Rp37,27 triliun (jago.com, 2021). Pada bulan April 2021, perusahaan ini mengeluarkan aplikasi bernama Jago untuk mempermudah nasabah dalam mengelola keuangan (jago.com, 2021). Pada bulan Juli 2021, perusahaan ini menjalin kemitraan strategis dengan PT Bibit Tumbuh Bersama dan meluncurkan tahap awal dari integrasi dengan aplikasi Gojek, yaitu Kantong Jago yang menjadi salah satu metode pembayaran non-tunai di aplikasi tersebut. Pada bulan September 2021, perusahaan ini memperkenalkan Unit Usaha Syariah (UUS) untuk melayani nasabah dengan prinsip syariah.

1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Berikut merupakan visi dan misi perusahaan PT Bank Jago Tbk:

a. Visi

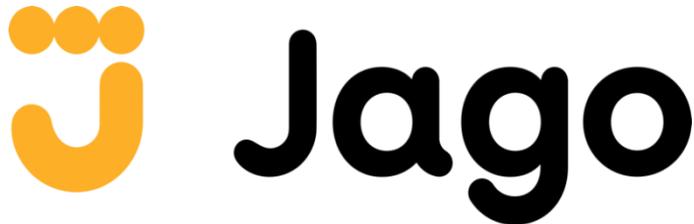
Menjadi salah satu bank terkuat di Indonesia, siap untuk perekonomian *digital* yang memenuhi kebutuhan nasabah menengah dan *mass market*, tertanam dalam suatu ekosistem dan menggunakan teknologi.

b. Misi

Meningkatkan kesempatan tumbuh berjuta insan melalui solusi finansial *digital* yang berfokus pada kehidupan.

1.3. Logo Perusahaan

Berikut adalah gambar logo perusahaan PT Bank Jago Tbk:

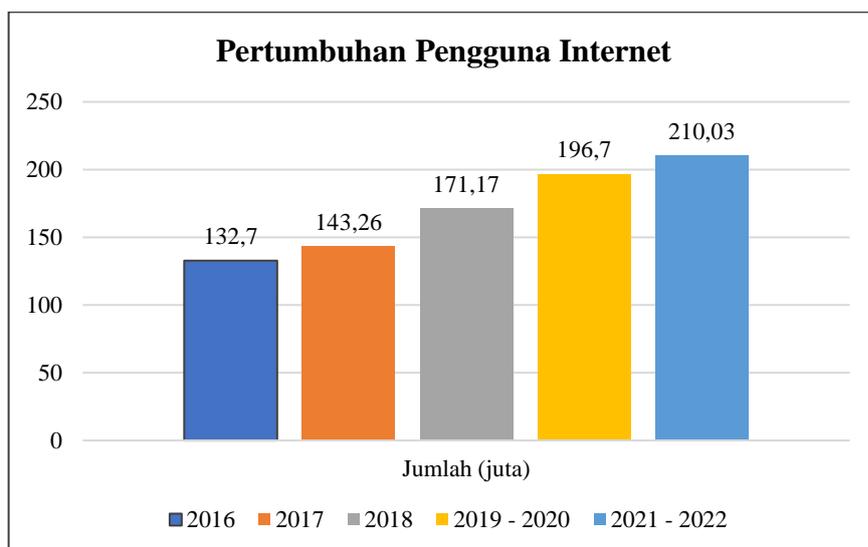


Gambar 1. 1 Logo PT Bank Jago Tbk

Sumber: Jago.com (2022)

1.4. Latar Belakang Penelitian

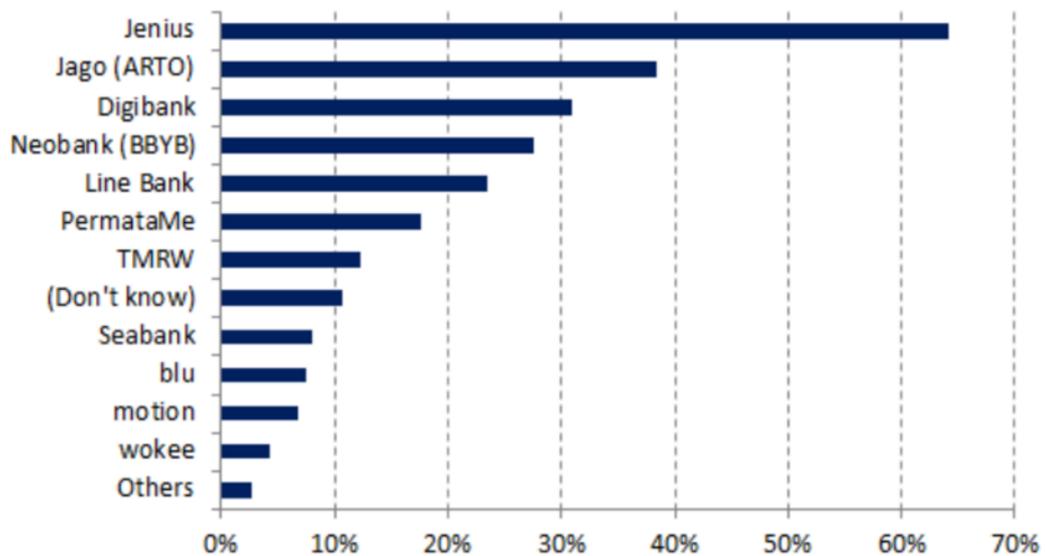
Penggunaan internet meningkat setiap tahunnya di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga tahun 2021, peningkatan ini tidak lepas dari kemajuan teknologi yang terus berkembang. Dilansir dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022, terdapat 210,03 juta jiwa atau sekitar 77,02% yang menggunakan internet dari total populasi penduduk Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa internet sudah sangat dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia tahun 2016-2022

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022

Teknologi finansial merupakan perpaduan antara layanan keuangan dengan kemajuan teknologi sehingga menghasilkan sebuah produk inovatif yang dapat ditemukan dalam berbagai jenis industri, seperti pembayaran elektronik, manajemen portofolio, manajemen risiko, mata uang virtual, *e-commerce*, dan sebagainya (Barbu et al., 2021). Sektor teknologi finansial telah mengalami perkembangan yang sangat pesat sejak krisis finansial pada tahun 2008 dan pandemi Covid-19 pada tahun 2021 karena pelanggan mengalami kesulitan dalam mengakses layanan finansial secara tradisional pada saat itu (Talwar et al., 2020). Dengan adanya layanan inovatif yang ditawarkan oleh teknologi finansial, maka layanan finansial menjadi semakin mudah untuk diakses bagi pelanggan.



Gambar 1. 3 Survei kesadaran terhadap perbankan digital Indonesia

Sumber: samuel.co.id, 2022

Survei kesadaran terhadap perbankan digital yang dilakukan oleh Samuel sekuritas Indonesia, menyatakan bahwa Bank Jago berada di peringkat 2 di bawah Jenius BTPN, dikarenakan Bank Jago baru meluncurkan aplikasi bank *digital/life-centric* pada April 2021 lebih lambat dari Jenius. Jika dilihat berdasarkan kesadaran merek bank Jago akan meningkat secara bertahap seiring dengan kegiatan akuisisi dan pemasaran pelanggannya (samuel.co.id, 2022).

Bank Jago beroperasi di pasar *digital* Indonesia yang cukup kompetitif

(Indonesia Digital Banking, 2021). Selama lima tahun terakhir, banyak bank konvensional dan startup telah meluncurkan pesaing untuk Bank Jago (thediplomat.com, 2022). Nasabah yang menggunakan bank digital di Indonesia cenderung untuk mengunduh berbagai aplikasi bank digital, lalu memeriksa pilihan mereka, dan dapat memutuskan untuk beralih ke penawaran yang lebih kompetitif (Indonesia Digital Banking, 2021). Untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan daya saingnya, Bank Jago bekerja sama dengan mitra dari berbagai ekosistem, seperti Seeds, Stockbit, dan GoTo (Annual Report Bank Jago, 2022).

Bank Jago telah berhasil mengatasi tantangan transformasi digital dengan usaha untuk memperkuat loyalitas pelanggan, seperti yang tercatat dalam Laporan Tahunan Bank Jago tahun 2022. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah pengguna aktif. Menurut Laporan Tahunan Bank Jago tahun 2022, pada Maret 2022 terdapat peningkatan sebesar 71% menjadi 2,3 juta pengguna dibandingkan dengan akhir tahun 2021 yang mencapai 1,4 juta nasabah. Keberhasilan ini juga berdampak pada pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang meningkat sebesar 340% menjadi Rp 4,21 triliun dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya.

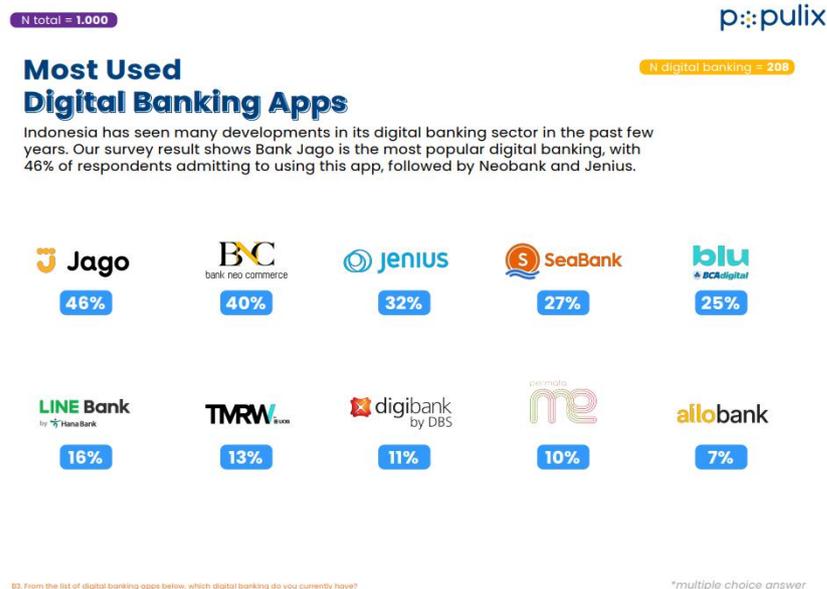
Berdasarkan Laporan Tahunan Bank Jago tahun 2022, hingga saat ini Bank Jago telah mampu melayani 7,5 juta nasabah, termasuk lebih dari 5,8 juta nasabah yang menggunakan Aplikasi Jago pada kuartal pertama 2023. Data Laporan Tahunan Bank Jago tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah nasabah tersebut telah meningkat lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan 3,5 juta nasabah pada kuartal pertama 2022, termasuk 2,3 juta nasabah yang menggunakan Aplikasi Jago. Pertumbuhan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi ini mencerminkan pertumbuhan yang sehat, baik dari segi pinjaman maupun Dana Pihak Ketiga (DPK), yang naik sebesar 120% menjadi Rp 9,28 triliun pada Maret 2023 dibandingkan dengan Rp 4,21 triliun pada Maret 2022.



Gambar 1. 4 Top 10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: goodstats.id, 2022

Potensi keuntungan yang signifikan dapat diperoleh oleh bank digital, tetapi hal ini memerlukan waktu yang cukup. Hal ini disebabkan oleh biaya yang tinggi untuk mendapatkan konsumen atau nasabah baru. Meskipun demikian, pada akhirnya dapat diasumsikan bahwa bank digital akan mengalami perbaikan dalam beberapa tahun mendatang. Terdapat beberapa faktor yang mendorong hal ini, seperti tingkat efisiensi yang lebih tinggi di bank digital dibandingkan dengan bank konvensional karena pengurangan beban fisik seperti karyawan, teller, kantor cabang, dan ATM sebagai akibat dari digitalisasi operasional (sumber: id.investing.com, 2021).



Gambar 1.6 Preferensi konsumen terhadap aplikasi perbankan dan e-wallet | Populix, 2022

Menurut hasil survei Populix pada tanggal 22 Juli 2022, aplikasi Bank Jago telah menjadi aplikasi perbankan digital yang paling populer di Indonesia. Survei ini dilakukan secara daring kepada 1.000 responden dalam rentang usia 18-55 tahun di beberapa kota besar di Indonesia. Dari responden tersebut, sebanyak 64% memiliki aplikasi layanan keuangan di ponsel mereka, 91% memiliki rekening bank seluler, 84% memiliki e-wallet, dan 33% memiliki rekening bank digital. Selain faktor inovasi dan relevansi aplikasinya, keunggulan Bank Jago terletak pada keberhasilannya dalam membangun ekosistem digital lebih awal dibandingkan dengan bank lain. Ekosistem Bank Jago meliputi sektor transportasi, lembaga keuangan, sistem pembayaran, perdagangan, pasar modal, dan investasi hingga hiburan (sumber: investasi.kontan.co.id, 2022).

Value proposition dari bisnis di sektor teknologi finansial terletak pada kemampuan kreatif dan kemampuan bisnis tersebut untuk menyajikan keunggulan yang tidak dimiliki oleh layanan finansial tradisional (Segura et al., 2020). Teknologi finansial dianggap sebagai teknologi inovatif yang telah mengubah secara signifikan dunia finansial. Perubahan yang dimaksud mencakup inovasi dalam proses finansial, produk finansial, dan layanan finansial.

Sebagai sektor bisnis yang sedang berkembang, teknologi finansial menawarkan berbagai kelebihan kepada pelanggannya, di antaranya adalah biaya transaksi yang rendah, efisiensi penggunaan waktu dan tenaga, dan kemudahan pemakaian (Le, 2021). Oleh sebab itu, industri teknologi perbankan berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dan memikat pelanggan baru. Gomber et al. (2018) mengatakan bahwa perkembangan dari industri teknologi perbankan bergantung pada bagaimana industri perbankan senantiasa memberikan layanan finansial inovatif yang bersifat 24 jam untuk memberikan *customer experience* yang baik dan berkesan.

1.5. Perumusan Masalah

Bank Jago beroperasi di pasar *digital* Indonesia yang sangat kompetitif (trade.gov, 2021). Banyak bank tradisional dan startup telah meluncurkan pesaing untuk Bank Jago dalam lima tahun terakhir (thediplomat.com, 2022). Bank Jago adalah aplikasi perbankan *digital* paling populer di Indonesia, menurut survei Populix yang dilakukan pada 22 Juli 2022. Usaha Bank Jago untuk berkolaborasi dengan berbagai ekosistem, seperti Seeds, Stockbit, dan GoTo, menjadikannya populer (Annual Report Bank Jago, 2022).

Hal ini di landaskan bahwa terdapat peningkatan nasabah PT Bank Jago Tbk (ARTO) yang meningkat drastis hingga mencapai 1,4 juta per akhir tahun 2021. Pada Maret 2022 meningkat 71% menjadi 2,3 juta pengguna (Annual Report Bank Jago, 2022). Hingga saat ini menurut Annual Report Bank Jago 2022 menjelaskan bahwa Bank Jago memiliki 7,5 juta nasabah, termasuk lebih dari 5,8 juta nasabah funding melalui Aplikasi Jago per kuartal I-2023.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang diberikan oleh *customer experience management* melalui penilaian pada beberapa dimensi yaitu *Physical Interaction Management*, *Virtual Interaction Management*, dan *Service Interaction Management* yang berpengaruh dalam meningkatkan *customer loyalty* nasabah Bank Jago. Dengan demikian, kesimpulan dari permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *customer experience* dalam meningkatkan *customer loyalty* pada nasabah PT Bank Jago Tbk

(ARTO).

1.6. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan data dan fenomena yang digunakan pada penelitian ini, penulis akan meneliti Pengaruh *Customer Experience Management* Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk Di Indonesia melalui pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah *Physical Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* mempengaruhi peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk?
2. Apakah *Virtual Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* mempengaruhi peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk?
3. Apakah *Service Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* mempengaruhi peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk?

1.7. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Physical Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* terhadap peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk.
2. Mengetahui pengaruh *Virtual Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* terhadap peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk.
3. Mengetahui pengaruh *Service Interaction Management* dalam *Customer Experience Management* terhadap peningkatan *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk.

1.8. Manfaat Penelitian

1.8.1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan

mengenai *Customer Experience Management* dalam meningkatkan *Customer Loyalty* pada PT Bank Jago Tbk.

1.8.2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan catatan untuk penelitian selanjutnya ataupun dapat diimplementasikan oleh perusahaan terkait, baik PT Bank Jago Tbk atau perusahaan lainnya yang bergerak di bidang perbankan.

1.9. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan yang dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan pemaparan penulis mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tinjauan kepustakaan yaitu berbagai teori terkait penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dengan penulisan penulis, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisikan penjelasan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, metode penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, metode pengambilan dan pengumpulan data, teknis analisis data dan pengujian hipotesis yang diterapkan oleh penulis.

d. BAB IV HASIL PENULISAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi uraian hasil penelitian dan pembahasan dari penulisan “Analisis Pengaruh *Customer Experience Management* Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada Nasabah Bank Digital PT Bank Jago Tbk Di Indonesia” secara mendetail berdasarkan metode yang diterapkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V penulis memberi kesimpulan dari hasil penelitian serta memberi saran bagi pihak-pihak yang bersangkutan untuk penulisan selanjutnya.