

**ANALISIS *CUSTOMER DELIGHT* DAN *TRUST* TERHADAP  
PENGUNAAN APLIKASI *BRI MOBILE*  
DI KELURAHAN PURWANEGARA****Ade Wawan<sup>1\*</sup>, Yoiz Shofwa Shaprani<sup>2</sup>, Setia Ayu Kurniasari<sup>3</sup>, Nurfatah Mahmudi<sup>4</sup>**\*Corresponding Author E-Mail: [adewawan.2205@gmail.com](mailto:adewawan.2205@gmail.com)<sup>1,2,3,4</sup> **UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Jl. A. Yani No.40A, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kab. Banyumas, Jawa Tengah 53126

**ABSTRAK**

Saat ini, perkembangan teknologi di dunia sangat pesat terutama di Indonesia. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada tahun 2022-2023. Meningkatnya penggunaan internet menjadi peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya di bidang digital teknologi seperti pada bisnis perbankan. Mobile banking telah menjadi salah satu strategi terpenting bagi perbankan untuk beroperasi dan bertransaksi dengan nasabah. Mobile banking dengan pengguna terbanyak jatuh terhadap aplikasi BRImo milik BRI. Dengan adanya aplikasi BRImo dimasyarakat khususnya kelurahan Purwanegara memberikan kemudahan dalam segi transaksi. Masyarakat Purwanegara merasa terbantu namun beberapa masyarakat belum mengetahui tentang kegunaan aplikasi BRImo selain untuk transaksi antar Bank.

**Kata Kunci:** *Customer Delight; Trust; BRI Mobile;***ABSTRACT**

*Currently, technological advancements worldwide, especially in Indonesia, are progressing rapidly. According to the survey conducted by the Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII), the number of internet users in Indonesia reached 215.63 million people in the year 2022-2023. The increasing use of the internet presents an opportunity for companies to develop their businesses in the digital technology sector, such as in the banking industry. Mobile banking has become one of the crucial strategies for banks to operate and transact with customers. The mobile banking application with the highest number of users is BRImo, owned by Bank Rakyat Indonesia (BRI). The presence of the BRImo application in the community, especially in the Purwanegara neighborhood, provides convenience in terms of transactions. The residents of Purwanegara feel assisted by the application, although some individuals are not yet aware of the various uses of the BRImo application beyond interbank transactions.*

**Keywords:** *Customer Delight; Trust; BRI Mobile;*

## PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi dunia terutama terkonsentrasi di Indonesia. Kemajuan teknologi diukur dengan proses bertahap yang dimulai dari kehidupan sehari-hari dan berakhir pada titik dimana kebutuhan individu atau kelompok sosial terpenuhi. Sampai saat ini teknologi masih mengalami kesulitan dan masih berkembang baik di bidang teknologi informasi, industri, robotika, dan teknologi informasi. Tren ini menimbulkan hambatan dalam kehidupan masyarakat dan membuat masyarakat bersemangat memanfaatkan dan memanfaatkan teknologi modern. Teknologi ini dapat ditunjukkan melalui penggunaan komputer, komunikasi digital, pengembangan aplikasi pintar, pengembangan ponsel pintar, sistem pakar, dan mata uang digital. Selain itu, pertumbuhan informasi internet dan teknologi juga mengalami perkembangan yang pesat khususnya di dunia bisnis (Danuri, 2019).

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada tahun 2022-2023. Pengguna tersebut meningkat 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna (APJII, 2023). Meningkatnya penggunaan internet merupakan peluang berharga bagi bisnis untuk berekspansi ke domain teknologi digital, seperti perbankan. Saat ini perbankan di Indonesia sudah menerapkan teknologi berbasis digital yang biasa dikenal dengan mobile banking. Menurut Kwateng et al (2018) Mobile banking adalah layanan yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan nasabah non-bank untuk melakukan berbagai jenis operasional bank menggunakan perangkat elektronik seperti tablet, ponsel pintar, atau asisten digital pribadi. Salah satu strategi terpenting bagi bank untuk beroperasi dan menjalankan bisnis dengan Nasabah adalah mobile banking (Limna, Krawanit, & Siripipattanakul, 2022).

Gambar 1.1

Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan (Januari 2019-Juli 2023)



Sumber: Bank Indonesia

Menurut Bank Indonesia (BI), nilai transaksi perbankan digital di Indonesia diperkirakan mencapai Rp4.264,8 triliun atau hampir 4,3 kuadriliun pada akhir April 2023.

Jumlah tersebut mencakup berbagai transaksi perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), khususnya internet banking dan SMS/mobile banking (Bank Indonesia, 2023). Bank dengan volume transaksi mobile banking terbesar adalah PT Bank Rakyat Indonesia. Pada tanggal 27 Februari 2019, BRI meluncurkan serangkaian aplikasi mobile banking luar biasa yang dikenal dengan nama BRImo (BRI, 2022).

BRImo merupakan aplikasi perbankan digital terbaru dari BRI yang menggunakan data internet untuk memberikan kemudahan penggunaan baik bagi negara anggota BRI maupun negara non anggota dalam bertransaksi dengan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna baru (BRI, 2022). Saat ini nilai transaksi BRImo mencapai Rp1,896 triliun atau 76,3% YoY. Bahkan saat ini aplikasi BRImo telah menjadi aplikasi mobile banking dengan rating terbaik dibandingkan dengan aplikasi mobile banking lainnya di Indonesia. Tingkat kepercayaan terhadap aplikasi BRImo ditunjukkan dengan jumlah pengguna yang hingga saat ini mencapai 27,8 pengguna atau meningkat 50,6% year over year (YoY). Namun di sektor lain, banyak juga perusahaan yang dirugikan akibat permasalahan yang muncul pada aplikasi BRImo. (BRI PPID, 2023).

Nasabah yang mengeluh terkait penggunaan aplikasi BRImo disebabkan adanya permasalahan seperti pengguna mengeluh tidak dapat login, kesulitan dalam melakukan registrasi, sistem yang sering eror serta tidak dapat melakukan transaksi. serupa dengan penggunaan kurang puas dan percaya dalam penggunaan BRImo. Namun sebaliknya, masih banyak negara yang enggan menggunakan aplikasi BRImo. Dengan hadirnya aplikasi BRImo, kepercayaan akan terkikis karena kepercayaan terhadap layanan apa pun yang diberikan oleh cabang bank tidak akan terkikis. Nasabah terus mencari sesuatu yang sederhana, aman, cepat, akurat, dan bahkan mungkin murah. Oleh karena itu, perbankan kini dituntut untuk berinovasi dalam menyediakan layanan digital berbasis mobile yang dibutuhkan masyarakat. Menurut Kotler & Keller (2009), bisnis akan berhasil dengan mengurangi keluhan pelanggan dengan cara yang tidak transparan karena langkah pertama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan mengatasi keluhan. Pelanggan yang tidak puas biasanya akan menunggu beberapa saat lebih lama untuk melakukan pembelian atau menggunakan jasa kembali dan mengungkapkan rasa terima kasih atas produk yang telah disediakan oleh bisnis. (Rizal, 2021).

## **KAJIAN LITERATUR**

Suatu kerangka, konsep atau orientasi yang berisi uraian tentang teori, temuan dan bahan penelitian yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian. Beberapa literatur setidaknya telah memuat tema yang akan dibahas oleh penulis dalam karya tulis ilmiah ini yang mengenai *customer delight* dan *trust*. Dalam Jurnal yang disusun oleh Adhita Dea Kharisma (2019), yang berjudul pengaruh *customer delight* dan kepuasan konsumsi terhadap loyalitas konsumen bukit sakinan tawangmangu menjelaskan tentang kepuasan yang diterima oleh konsumen dan pelanggan pada saat mengunjungi objek wisata bukit sakinan dengan melihat loyalitas pelanggan setelah mereka mengunjungi objek wisata tersebut akankah pelanggan akan kembali lagi berkunjung atau tidak berkunjung lagi (Kharisma & Hidayat, 2019). Tujuan mereka melakukan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa puas pelanggan dalam menikmati objek wisata tersebut yang didalamnya juga

terdapat taman hiburan, tempat belanja dan layanan makanan, sehingga dapat menentukan loyalitas pelanggan yang dapat dinilai dari *delightful* atau kepuasannya. Hasil penelitian mereka menjelaskan bahwa pengaruh interaksi dengan pegawai dan interaksi dengan konsumen dimediasi oleh *customer delight* sehingga dengan melihat dari interaksi pegawainya terhadap konsumen atau pelanggan juga dapat memunculkan nilai kepuasan yang nantinya didukung dengan kepuasan dalam fasilitas yang ada. Pada penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian penulis yang penelitiannya berfokus pada kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Dalam jurnal yang disusun oleh (Goeltom et al., 2023), yang berjudul pengaruh *customer satisfaction, customer delight, dan customer trust* terhadap loyalitas pelanggan restoran otentik di tanggerang. Pada penelitian ini menjelaskan tentang restoran otentik yang menyajikan makanan etnis otentik dengan suasana khas daerah. Terdapat 2 faktor yang membuat pengunjung restoran meningkat pesat, yaitu karena menurunnya kekhawatiran publik dan meningkatnya daya beli oleh pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas pelanggan yang dilihat dari *customer satisfaction, customer delight dan customer trust* sehingga dapat diketahui seberapa pengaruhnya terhadap loyalitas dari pelanggan. Kepuasan dari pelanggan merupakan kunci munculnya loyalitas, apabila pelanggan puas dan senang dengan yang ada di restoran maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Dari penelitian ini menghasilkan pembahasan bahwa *customer satisfaction, customer delight dan customer trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi kepuasan, kesenangan dan kepercayaan pelanggan terhadap restoran akan semakin tinggi juga loyalitas pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan penulis memiliki hubungan yang dimana sama-sama berfokus pada kepuasan tetapi penelitian penulis lebih menggali lebih dalam mengenai teknologinya yaitu BRI mobile yang pada umumnya digunakan sebagai alat transaksi yang lebih mudah.

Menurut Oliver dkk. (1997), kegembiraan adalah reaksi emosional yang sangat positif yang dihasilkan dari mengamati seseorang yang dekat dengan Anda hingga pada titik yang membuat Anda merasa tidak nyaman (Barnes & Krallman, 2019). Kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan hasil positif, seperti pembelian kembali yang berhasil atau promosi positif dari satu pelanggan ke pelanggan lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:14), kepuasan pelanggan (juga dikenal sebagai kepuasan pelanggan) didefinisikan sebagai ketika konsumen merasa puas; Oleh karena itu, tindakan selanjutnya yang perlu dilakukan adalah membuat pelanggan merasa puas. Menurut Putri dan Sudiksa (2018), kepuasan pelanggan akan menurun jika seseorang merasa nyaman berbisnis dengan suatu perusahaan dan mendapat perlakuan yang menguntungkan (Widyakto, Widyarti, & Jannah, 2020). Kegembiraan pelanggan terdiri dari tiga dimensi yang memiliki hubungan penting terhadap perilaku pembelian pelanggan. Diantaranya adalah tiga dimensi yang disebutkan oleh Vildayanti (2019):

1. Adil & Jujur (*Justice*) *Justice* adalah keadaan dimana nasabah merasa mendapat perlakuan yang adil dan adil ketika bertransaksi dengan pelaku usaha. Menurut Edward (2002), adil berpotensi menimbulkan kesenangan.
2. Pelayanan Terbaik (*Esteem*) *Esteem* adalah Situasi ketika pelanggan merasa puas

dengan pelayanan prima perusahaan mengakibatkan pengiriman tertunda.

3. *Finishing Touch* adalah kondisi dimana pelanggan merasa senang menerima bantuan atau fasilitas yang belum pernah mereka terima sebelumnya.

Dalam Ruslim, Rahardjo, Siswanto (2020), Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan *trust* (kepercayaan) sebagai seluruh pengetahuan konsumen dan harapan yang dihasilkan konsumen mengenai kualitas, atribut, dan manfaat produk. Kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain sambil menanggung risiko tertentu dikenal sebagai kapasitasnya untuk memaafkan. Menurut Priansa (2013) kepercayaan adalah perasaan keyakinan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan relationship transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan harapannya (Batin, 2019). Menurut Tjiptono (2008) dalam Ardhanari & Viphindrartin (2022) indikator dari kepercayaan adalah:

1. *Brand reliability*, adalah jasa yang sesuai dengan harapan, kepercayaan terhadap produk dan jaminan kepuasan.
2. *Brand itention*, adalah kejujuran dalam menyelesaikan masalah, konsumen mengandalkan produk yang digunakan dan jaminan ganti rugi dari pihak perusahaan.

Dari penjelasan di atas peneliti menggunakan teori dari Miles and Hubberman dengan menggunakan indicator. Menurut Miles dan Hubermen, kegiatan analisis data kualitatif harus bersifat interaktif dan berkelanjutan hingga selesai, sehingga menghasilkan data yang akurat. Ukuran data didefinisikan sebagai informasi yang bukan berasal dari data yang dikumpulkan sebelumnya atau informasi baru.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif, ingin mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan serta kepercayaan pengguna BRImo untuk mendiskripsikan dan menggambarkan keadaan dari adanya aplikasi BRImo. Metode analisis data yang digunakan menggunakan Pembahasan rencana analisis data dengan memahami tenks serta menggambarkan situasi serta memahami data, dari mulai penyiapan data, membaca data, menggambarkan data pada penelitaian. Keabsahan Data Keabsahan data adalah bagaimana menggambarkan untuk mengetahui dari keabsahan data dari mulai kepercayaan, keaslian serta adanya kreabilitas data, dari mulai tringgulasi, pemeriksaan, deskripsi serta menyajikan informasi akurat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian ini diperoleh dari wawancara peneliti dengan informasi dan observasi. Wawancara dilakukan secara terbuka oleh peneliti yang diajukan kepada informan. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh terjamin keasliannya, sehingga diperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipercaya. Berdasarkan wawancara masyarakat Purwanegara merasa aman ketika melakukan transaksi menggunakan aplikasi BRImo kemudian mereka juga

mengatakan banyak fitur di aplikasi BRImo yang membantu dalam bertransaksi sehingga lebih mudah melakukan transaksi menggunakan aplikasi BRImo. Masyarakat Purwanegara percaya BRImo sepenuhnya memberikan layanan keuangan online secara efektif dan nyaman dengan kemudahan akses untuk kebutuhan 24 jam nonstop. BRImo dapat dipercaya dalam melindungi dan memelihara data-data pribadi serta transaksi nasabah. BRImo memberikan informasi yang lengkap bagi nasabahnya. Seperti promo, saham, kurs, lokasi ATM, lokasi unit kerja, pemberitahuan bukti transfer

Dengan adanya aplikasi BRImo dimasyarakat khususnya kelurahan Purwanegara memberikan kemudahan dalam segi transaksi. Masyarakat Purwanegara merasa terbantu namun beberapa masyarakat belum mengetahui tentang kegunaan aplikasi BRImo selain untuk transaksi antar Bank. Namun kalangan remaja umur 18-23 lebih memahami aplikasi BRImo dalam penggunaannya lebih dari kegiatan transaksi seperti, transaksi digital menggunakan qris, pembayaran listrik, air, dan transaksi pulsa. Hal ini menunjukkan dengan adanya aplikasi BRImo kalangan masyarakat belum sepenuhnya mengetahui adanya fitur dalam aplikasi tersebut. Dengan hadirnya aplikasi BRImo belum sepenuhnya kebutuhan masyarakat dalam segi aktifitas sehari-hari tetapi masih menggunakan transaksi lain atau transaksi langsung.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Purwanegara yang berumur diatas 25 tahun masih belum mengetahui serta memahai fungsi dari aplikasi BRImo dan mereka masih belum antusias dalam menggunakan aplikasi tersebut. Tetapi pada kalangan remaja dibawah umur 25 tahun merasa terbantu dengan adanya aplikasi BRImo serta merasa puas adanya fitur yang dimiliki oleh aplikasi BRImo. Disisi lain kebutuhan masyarakat tidak hanya pada aplikasi BRImo namun bsa melakukan transaksi lain tidak hanya bergantung pada aplikasi BRImo.

## **REFERENSI**

- Abdullah,M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan 1, September. Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Agus, budi Riswandi. (2005). Aspek hukum internet banking. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Apjii.or.id. (2023). Survei APJII. Diakses pada 3 Oktober 2023, dari <https://survei.apjii.or.id/home>
- Bank Indonesia. Agustus 2023. Tinjauan Kebijakan Moneter. Diakses Pada 3 Oktober 2023, dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/TKM-Agustus>
- BRI. 18 Juli 2022. BRImo. Diakses Pada 4 Oktober 2023, dari <https://bri.co.id/brimo>
- BRI PPID. 26 September 2023. Transformasi BRI Berbuah Sukses, ICAII 2023 Anugerahkan Special Award “Bank Dengan Transformasi Digital Kategori Sustainability”. Diakses Pada 3 Oktober 2023, dari <https://bri.co.id/web/ppid/detail-news>

- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2)
- Goeltom, V. A. H., Saputri, J. A., & Christine, D. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Delight, Dan Customer Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Otentik Di Tangerang. *JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 89–118.
- Kharisma, A. D., & Hidayat, A. (2019). Pengaruh Customer Delight dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Bukit Sekipan Tawangmangu. *Paska Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta \**, 1(1), 1–22.
- Kotler., dan Keller. (2009). “Manajemen Pemasaran”. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 22-37.
- Nuraini, D. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo di Kota Jambi Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) (Doctoral dissertation, Sistem Informasi)
- Rahmawaty, Anita. (2010). Pengaruh Trust Daalam Penggunaan Automated Teller Machine Berdasarkan Technology Acceptance Model (Studi Terhadap Bank Syariah Mandiri Kudus)”, *Empirik: Jurnal Penelitian Islam STAIN Kudus Vol.3, No.2, Juli-Desember 2010: Hal 33-56*
- Rizal, Ahmad. (2021). Analisis Pengaruh e-Service Quality, e-Satisfactions dan e-Trust Terhadap e-Customer Loyalty Pada Pengguna Mobile Banking BRImo (Bachelor’s thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sari, A. A. A. M., & Sukawati, T. G. R. (2020). Pengaruh Customer Delight Terhadap Customer Loyalty Dengan Service Quality Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 278.