

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI)

Teuku Muhammad Rizki Busyra¹, Luqyan Tamanni², Wiku Suryonurti³

^{1,2,3}Institut Tazkia, Bogor, Indonesia

Email: 2005.muhammad.020@student.tazkia.ac.id¹, luqyantamanni@tazkia.ac.id²,
wiku.suryomurti@tazkia.ac.id³

Abstrak

Sejak diterapkannya qanun di Aceh tentang Lembaga keuangan yang mana bank konvensional tidak boleh lagi beroperasi di Aceh maka Masyarakat Aceh harus menggunakan bank syariah saja dan ini menyebabkan penumpukan nasabah pada bank syariah di Aceh. Maka dari itu perlunya mengetahui apakah pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah memenuhi kriteria kepuasan kepada nasabah atau belum. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apa saja variabel-variabel yang perlu dibenahi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan juga mengetahui seberapa jauh gap antara pelayanan gital yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia. metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Importance performance Analysis* (IPA) dan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Adapun sampel pada penelitian ini sebanyak 100 sampel yang mana dengan menyebar menggunakan kuesioner google form. Dari hasil penelitian didapatkan CSI sebesar 71,40% yang mana angka tersebut dikategorikan puas. Adapun gap antara harapan dan kepuasan didapatkan rata-rata sebesar -0,456 yang berarti secara keseluruhan layanan mobile banking yang diberikan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah pengguna *mobile banking* di Aceh. Adapun dari hasil metode IPA variabel yang sangat penting untuk dibenahi adalah jaminan BSI atas data nasabah, keamanan data transaksi dan jaminan pengembalian dana apabila ada nasabah yang kehilangan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Aceh, Bank Syariah Indonesia (BSI)

Abstract

Since the implementation of the qanun in Aceh regarding financial institutions where conventional banks are no longer allowed to operate in Aceh, the Acehnese people have to use only Islamic banks and this has led to a buildup of customers in Islamic banks in Aceh. Therefore, it is necessary to know whether the services provided by Islamic banks have fulfilled the criteria for customer satisfaction or not. This study aims to analyze what variables need to be addressed by Indonesian Islamic banks (BSI) and also find out how far the gap is between the digital services provided by Indonesian Islamic banks and the satisfaction felt by Indonesian Islamic bank customers. the data analysis method in this study uses the *Importance Performance Analysis* (IPA) method and the *Customer Satisfaction Index* (CSI) method. The sample in this study was 100 samples which were spread out using the Google form questionnaire. From the research results, it was found that the CSI was 71.40%, which was categorized as satisfied. Meanwhile, the gap between expectation and satisfaction is obtained by an average of -0.456, which means that overall the mobile banking services provided are still not as expected by mobile banking customers in Aceh. As for the results of the IPA method, the variables that are very important to fix are BSI guarantees for customer data, transaction data security and refund guarantees if a customer loses.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Aceh, Indonesian Sharia Bank (BSI)

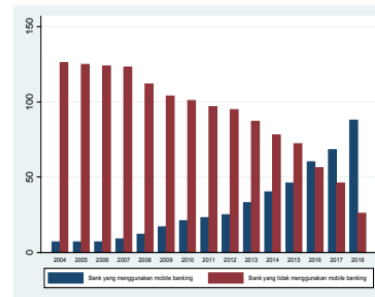
PENDAHULUAN

Pada dasarnya pelayanan mempunyai target atau sasaran yang sederhana dalam memenuhi apa yang diharapkan oleh para pelanggan selaku yang menggunakan layanan. Meskipun sasaran dari pelayanan sederhana tetapi pelaksanaannya tidak mudah. Karena untuk mencapai itu semua diperlukan suatu pelayanan yang baik dan berkualitas. Perbankan harus berkembang secara efektif dalam persaingan yang semakin ketat. Buruknya kinerja atau layanan perbankan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah akan mempengaruhi kehilangan rasa kepercayaan para nasabah, baik dalam hal menarik nasabah maupun kualitas produk dan layanan.

Pelayanan yang diberikan suatu perusahaan tidak hanya pelayanan *face to face* saja, tetapi banyak pelayanan lainnya, yang mana pelayanan tersebut dapat mempermudah para nasabah untuk menggunakan jasa, produk ataupun yang lainnya yang diperusahaan tersebut. Pada saat ini pelayanan yang paling berkembang dalam perusahaan ada pelayanan digitalisasi yang mana nasabah bisa melakukan pelayanan tanpa harus melakukan *face to face* kepada pelayannya. fenomena digitalisasi yang mendesak literasi digital atau teknologi informasi, kemudian berbagai industri jasa Sektor keuangan semakin menghadapi tantangan untuk menghadapi perubahan dalam tata cara berbisnis, yaitu dari model berbisnis konvensional ke digital. pengembangan internet dan digital telah mendorong transformasi di dunia industri, kini semakin banyak perusahaan yang mengandalkan teknologi *fintech (financial technology)*. Saat ini, teknologi digital menuntut masyarakat untuk cerdas dalam memanfaatkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Saat ini ada beberapa di antaranya aplikasi layanan pembayaran digital yang memudahkan masyarakat terus lakukan transaksi secara non tunai.

Menggunakan aplikasi layanan pembayaran digital lebih nyaman dibandingkan dengan menggunakan uang tunai (dalam

transaksi yang tidak besar) karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai ketika ingin bertransaksi. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) ke dalam pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis (Jefry et al, 2019)



Sumber : Buletin Riset Kebijakan Perbankan (BRKP) OJK, 2020 Perkembangan Sistem Pembayaran digital di dalam Dunia Perbankan Indonesia

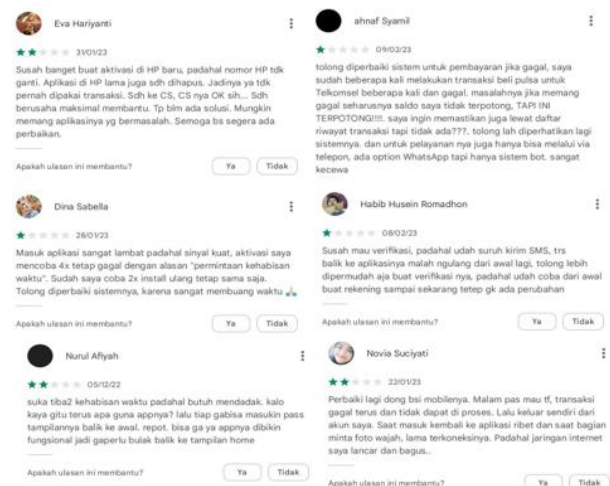
Dari gambar diatas menggambarkan perkembangan sistem pembayaran digital di dalam dunia perbankan di Indonesia yang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Peningkatan terlihat dari tahun 2004-2018 yang mana angka bank yang menggunakan mobile banking terus meningkat. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyak bank di Indonesia yang mengadopsi *mobile banking*. Ditandai juga dengan meningkatnya nilai transaksi *digital banking*. tercatat dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa nasabah pengguna e-banking (*SMS Banking, Phonebaking, Mobile banking* dan *internet banking*) meningkat 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016.

Peningkatan dalam mobile banking membuat salah proses dalam digitalisasi perbankan, direspon regulator dengan didukungnya berbagai regulasi agar digitalisasi perbankan terus ditingkatkan. Berbagai regulasi telah dibuat untuk mendukung hal tersebut antara lain: peraturan menteri komunikasi dan informasi Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2016 tentang sistem manajemen pengamanan Informasi, panduan penyelenggaraan Digital

Branch oleh Bank Umum melalui surat nomor S-98/PB.1/2016 pada tanggal 21 Desember 2016, peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan Digital oleh Bank Umum, peraturan Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan (Buletin Riset Kebijakan Perbankan (BRKP) OJK, 2020).

Bank Syariah Indonesia *mobile* atau BSI *Mobile* memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisien dibandingkan dengan instrumen non tunai lainnya, mulai dari manfaat yang didapatkan dalam menggunakan BSI *Mobile*. Efisiensi merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah entitas bisnis. Konsep efisiensi seringkali didefinisikan sebagai melakukan sesuatu secara benar (*doing the thing right*). Hal ini biasanya selalu dikaitkan dengan bagaimana cara perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, konsep efisiensi sering kali dilihat dari sisi biaya. Perusahaan selalu berusaha agar tingkat biaya ditekan sampai pada level seminimal mungkin untuk menghasilkan tingkat output yang diinginkan dalam proses transformasi dari input menjadi output (Naufal & Firdaus, 2017).

Aplikasi BSI *Mobile* telah diunduh sebanyak kurang lebih 5 juta pengguna di *play store* dan mendapatkan rating sebesar 4,5 dengan ulasan sebanyak 129.000. dari rating yang didapatkan sebesar 4,5 masih ada yang memberikan rating dua maupun satu. Contohnya seperti data berikut yang didapatkan dari *playstore*.



Gambar 1.1 Review Pengguna BSI Mobile

Dari gambar 1.2 di atas dapat diketahui bahwa Tidak sedikit juga yang memberikan kritik atau komentar yang dilakukan oleh para pengguna terkait dengan pengaduan sistem aplikasi. Pengguna menyatakan ketidakpuasannya terhadap aplikasi BSI *Mobile*. Banyak pengguna BSI *Mobile* yang mengeluhkan terkait manfaat dari aplikasi BSI *Mobile* yang tidak mereka dapatkan karena sulitnya mengakses aplikasi BSI *Mobile*. Fitur layanan yang tersedia juga sulit untuk diakses sehingga para pengguna kerap kali mengalihkan kegagalan transaksi. Sekecil apapun kekurangan pada aplikasi BSI *Mobile*, pihak bank syariah Indonesia Harus terus melakukan perbaikan dan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap aplikasi BSI *Mobile*.

Selain dapat memberikan kemudahan dan manfaat kepada pengguna BSI *Mobile* juga memiliki resiko yang cukup besar dalam penggunaan BSI *Mobile*. Salah satu resiko pada BSI *Mobile* ancaman *cybercrime* terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking (M-Banking)*. Tercatat sepanjang tahun 2019 terdapat kurang lebih 2300 laporan masuk terkait dengan penipuan rekayasa sosial, dengan adanya laporan tersebut menjadi kasus paling tinggi dalam kejahatan *cybercrime* yang rata-rata berjumlah 100 laporan pertahun. Pada tahun 2020 kasus *cyber crime* meningkat berdasarkan data dari Badan Siber

dan Sandi (BSSN). Terdapat hampir 190 juta sepanjang Januari hingga agustus 2020 untuk upaya dalam serangan *cyber* di Indonesia, hal tersebut naik empat kali lipat dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu yang tercatat di kisaran 39 juta (Aulia Zahra, 2021)

Hal tersebut menjadikan tingkat kepuasan dan tingkat kepercayaan nasabah menjadi turun dalam penggunaan teknologi aplikasi perbankan. Kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam penggunaan teknologi. Jika nasabah tidak memiliki kepercayaan terhadap penggunaan teknologi maka membuat nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* maka membuat nasabah tidak ingin menggunakan teknologi aplikasi BSI *Mobile*. Karena tanpa ada sebuah kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama.

Para industri perbankan harus memberikan layanan yang baik untuk para nasabahnya baik secara pelayanan digital maupun pelayanan lapangan agar para nasabahnya merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada industri perbankan kepada para nasabahnya. Pelanggan yang merasa puas akan mendorong publisitas kepada pelanggan yang potensial. Kepuasan pelanggan adalah tujuan dan juga sarana dalam pemasaran. Perusahaan harus lebih baik dalam memperhatikan kepuasan pelanggan, karena jika kurang memperhatikan kepuasan pelanggan, pelanggan dapat menyebarkan berita baik atau buruk kepada seluruh pengguna media internet atau sejenisnya (Komala & Firdaus, 2020)

METODE PENELITIAN

Populasi dan sample

Pada tahun 2021 di Aceh terdapat 1.200.000 nasabah yang harus migrasi ke bank syariah Indonesia (BSI) (Iskandar, 2021). Adapun pengambilan sample Menurut Wibisono dan Ridwan (2013) jika populasi besar dan jumlah tidak diketahui maka rumusan sampel yang digunakan sebagai berikut:

$$N = \left\{ \frac{((Za/2) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right\}^2$$

N = 96,4 Dibulatkan menjadi 96

Keterangan

- n = Besar sampel
- za = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%
- α = Standar deviasi populasi
- e = tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi.

Dari hasil rumusan di atas bahwa sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 96 responden. Untuk mendapatkan data yang lengkap dan bebas cacat maka peneliti akan menyebar kuesioner sebanyak 100 kuesioner kepada nasabah bank syariah Indonesia di Aceh.

Teknik Analisis Data

Analisis Gap

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka uji selanjutnya adalah mencari nilai *gap*. Berdasarkan konsep kualitas, nilai *gap* adalah selisih dari tingkat kepuasan (*persepsi*) dengan tingkat harapan (*ekspektasi*). Menurut Supranto, menjelaskan bahwa analisis kesenjangan (*gap*) dapat dirumuskan sebagaimana berikut (Supranto, 2001):

$$Qi(Gap) = Perf(i) - imp(i)$$

Keterangan:

- $Qi(Gap)$ = Tingkat kesenjangan kualitas
- $Perf(i)$ = Nilai kualitas yang dirasakan saat ini
- $Imp(i)$ = Nilai kualitas yang diharapkan atau penting untuk dikembangkan

Apabila yang nilai yang dihasilkan positif (+) maka kualitas pelayanan dalam kriteria baik.

Dan jika nilai yang dihasilkan negatif (-) maka kualitas pelayanan dalam kriteria buruk.

Importance performance Analysis (IPA)

Analisis selanjutnya adalah metode *importance performance analysis* (IPA) yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Adapun rumusan tingkat kesesuaian yang dipakai sebagai berikut (Santoso, 2011).

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian
Xi = Skor penilaian kinerja
Yi = Skor Penilaian kepentingan

Dipersepsikan oleh konsumen dengan rumus sebagai berikut:

$$XI = \frac{\sum x_i}{n} \quad YI = \frac{\sum y_i}{N}$$

Keterangan :

XI = skor rata-rata tingkat kinerja produk
YI = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk
N = jumlah responden

selanjutnya penghitungan rata-rata keseluruhan atribut tingkat (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum x_i}{k} \quad Y = \frac{\sum y_i}{k}$$

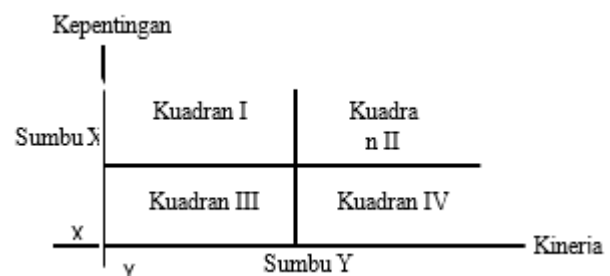
Keterangan:

X = Rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut
Y = Rata-rata kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Adapun tahap terakhir dalam analisis ini adalah konversi setiap atribut dalam diagram kartesius. Setiap daerah memiliki suatu kondisi yang khusus di setiap atributnya, sehingga dapat dikategorikan di salah satu dari empat kuadran pada diagram kartesius, antara lain sebagai berikut:

Keseimbangan Persepsi dan Ekspektasi Nasabah



Gambar 3.1 Diagram Kartesius Persepsi dan Harapan

Sumber: (Supranto.2001)

1. Kuadran I (Prioritas utama) pada kuadran ini menunjukkan dimensi-dimensi yang dianggap penting tetapi pihak perbankan belum melaksanakan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah sehingga mengecewakan atau tidak memberikan kepuasan nasabah. Dimensi inilah yang harus diprioritaskan untuk perbaikan.
2. Kuadran II (Pertahan prestasi) pada posisi kuadran ini menunjukkan dimensi yang dianggap penting oleh para nasabah dan perbankan telah memenuhi dimensi tersebut dan nasabah merasa puas.
3. Kuadran III (Prioritas rendah) pada posisi ini menunjukan bahwa dimensi ini dianggap kurang penting oleh nasabah dan layanan yang diberikan tidak terlalu istimewa, sehingga hal ini tidak menjadi masalah bagi perbankan.
4. Kuadran IV (Berlebihan) pada posisi ini menunjukkan bahwa ukuran lebih kecil sesuai dengan kepentingan pada nasabah, tetapi perbankan menerapkan dengan

baik. Dalam hal ini perbankan perlu adanya penurunan tingkat kinerja setiap dimensi dalam kategori ini.

Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau index kepuasan konsumen merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dengan atribut-atribut tertentu. Masing-masing atribut yang diukur dapat berbeda dari masing-masing industri maupun masing-masing perusahaan. Hal tersebut tergantung kepada kebutuhan informasi yang didapatkan perusahaan terhadap konsumen (Massnick, 1997).

Beberapa manfaat dari indeks kepuasan nasabah/pelanggan (Nugraha, 2014):

1. Hasil pengukuran dijadikan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun-tahun yang akan datang.
2. Indeks diperlukan karena proses dalam pengukuran kepuasan pelanggan atau nasabah yang bersifat kontinu.
3. Indeks diperlukan juga untuk melakukan *benchmarking* antara tingkat kepuasan pelanggan suatu perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan dari pelanggan pesaing.

Dalam pengujian metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) peneliti menggunakan alat bantu *Ms.Excel 2016* dan data yang diambil dan diolah merupakan hasil kuesioner yang diperoleh dari nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* di Aceh berupa tingkat kepentingan (Harapan) maupun tingkat kepuasan (keyakinan). Tahapan pengukuran CSI menurut stratford dalam (Indrawati, 2008) adalah:

1. Penginputan data responden pengguna aplikasi baik rata-rata tingkat kepentingan (harapan) maupun kepuasan (kenyataan) pada alat bantu *Ms.Excel 2016*.

2. Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan *weighted factor* (WF), Yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan *weighted factor* 100%.

Rumus :

$$WF = \frac{y}{\sum y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

WF = Weight Factor

Yi = rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke i

$\sum y_i$ = jumlah rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke i

3. Pengukuran tingkat Weighted Score (WS), yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan *weighted factor* masing-masing atribut.

Rumus:

$$WS = \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan:

WS = weight score

xi = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i

4. Menghitung Weighted Total (WT), yaitu menjumlahkan weighted total dari seluruh atribut kualitas jasa

Rumus:

$$WT = \sum \frac{WF \times x_i}{100\%}$$

Keterangan:

WT = weight total

WF = weight factor

xi = tingkat kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i

5. Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menggunakan Satisfaction Index (SI), yaitu weighted total dibagi skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dikali 100%.

Rumus:

$$SI = \frac{WT}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

SI = Satisfaction Index

WT = weight total

n = jumlah skala maksimal dalam penelitian

6. Pengukuran tingkat kepuasan responden secara menyeluruh menggunakan kriteria tingkat kepuasan pelanggan, adapun kriterianya sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Kepuasan Pelanggan

Skor	Keterangan
0,00 – 0,34	Tidak Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,81 – 1,00	Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Berikut ini adalah tabel rata rata tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kepuasan (Realita) baik per atribut dan juga rata-rata untuk keseluruhannya. Data dari tabel tersebut digunakan untuk menggambarkan potongan sumbu X yaitu kepuasan (Realita) dengan sumbu Y yaitu Kepentingan (Harapan).

Tingkat Kesesuaian/Selisih antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan dan Urutan

Prioritas Peningkatan dan Perbaikan Kualitas Pelayanan

ITEM	Pertanyaan Tingkat kepentingan	yi	xi	GAP	Rangking
Bukti Langsung (Tangible)					
A.1	Tampilan pada aplikasi M-Banking BSI Bagus	4,10	3,56	-0,54	9
A.2	Tampilan pada aplikasi M-Banking BSI menarik	4,00	3,62	-0,38	17
A.3	M-Banking menyediakan Fitur layanan yang beragam	4,18	3,84	-0,34	25
A.4	Informasi yang diberikan Aplikasi M-Banking BSI terorganisir dengan baik	3,86	3,49	-0,37	19
A.5	M-Banking BSI memberikan informasi promo terbaru pada halaman beranda secara berkala	3,66	3,37	-0,29	26
Reliability (Kehandalan)					
B.1	Aplikasi M-Banking BSI dapat diakses dengan cepat	4,12	3,58	-0,54	8
B.2	Layanan transaksi pada aplikasi M-Banking BSI dapat dilakukan dengan cepat	4,10	3,58	-0,52	11
B.3	Aplikasi M-Banking BSI mudah digunakan	4,31	3,95	-0,36	23
B.4	M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat	3,88	3,46	-0,42	15
B.5	M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan terpercaya	3,88	3,48	-0,4	16
Responsiveness (Daya Tanggap)					
C.1	M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi penarikan uang atau transfer	4,25	3,89	-0,36	22
C.2	M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian saldo/ to up	4,25	3,96	-0,29	27
C.3	M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian dimana saja	4,27	3,90	-0,37	20
C.4	M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam transaksi dibeban merchant / penjual toko usaha	4,25	3,88	-0,37	18
C.5	M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pada fitur layanan yang tersedia	4,06	3,69	-0,37	21
C.6	M-Banking BSI menerima keluhan terhadap kesalahan/error system aplikasi	3,76	3,18	-0,58	6
C.7	M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan cepat	3,67	3,18	-0,49	12
C.8	M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan baik	3,87	3,34	-0,53	10
C.9	Aplikasi M-Banking BSI update dalam memberikan notifikasi Informasi transaksi pengguna M-Banking BSI	3,77	3,50	-0,27	28
Assurance (Jaminan)					
D.1	BSI menjamin data nasabah	4,15	3,45	-0,7	1
D.2	M-Banking BSI menjamin keamanan data transaksi nasabah	4,10	3,43	-0,67	3
D.3	Dalam melakukan transaksi di M-Banking jarang terjadi kesalahan pada sistem	3,82	3,12	-0,7	2
D.4	M-Banking BSI memberikan jaminan pengembalian kepada nasabah jika terjadi kehilangan uang yang disebabkan oleh gangguan atau permasalahan pada saat transaksi	4,03	3,44	-0,59	5
Empathy (Empati)					
E.1	M-Banking BSI selalu memberikan informasi transaksi yang dilakukan nasabah	4,13	3,70	-0,43	14
E.2	M-Banking BSI memberikan pelayanan kepada nasabah selama 24 jam	4,12	3,56	-0,56	7
E.3	M-Banking memberikan pelayanan transaksi yang tidak memerlukan biaya admin	3,97	3,34	-0,63	4
E.4	M-Banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus ke bank	4,34	3,99	-0,35	24
E.5	Aplikasi M-Banking BSI banyak memberikan promosi yang menarik untuk para nasabahnya	3,60	3,17	-0,43	13
Rata – Rata		4,02	3,56	-0,456	

Keterangan

Yi = Rata-Rata Kepentingan / harapan

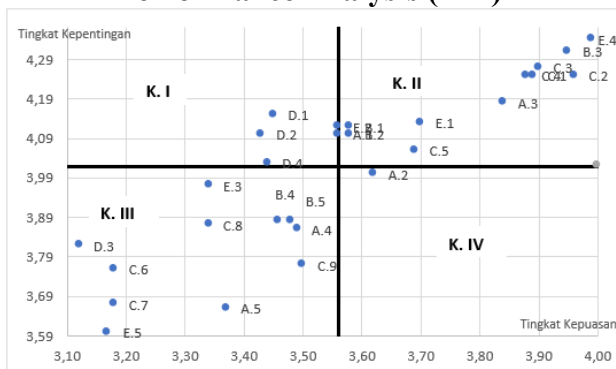
Xi = Rata-rata Kepuasan / Realita

Dari tabel diatas didapatkan hasil gap/kesenjangan. Yang mana dari 28 atribut didapatkan hasil kesenjangan bernilai minus sehingga nilai dari selisih tersebut membuktikan bahwa nasabah masih belum merasa puas atas pelayanan digital *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa BSI harus bisa memenuhi kepuasan nasabah pengguna digital *mobile banking*. BSI harus senantiasa melakukan peningkatan secara berkesinambungan.

Menurut salah satu panduan survey kepuasan suatu nasabah bank syariah menyatakan bahwa *optimum score* yang diharapkan adalah tidak melebihi dari -0,50. Pada hasil yang didapatkan rata-rata sebesar -0,46 yang artinya atribut-atribut kualitas pelayanan digital *Mobile Banking* BSI yang diberikan kepada masyarakat di Aceh telah berhasil memenuhi nilai kesenjangan dari

panduan survey kepuasan nasabah pengguna digital *mobile banking* BSI dengan nilai rata-rata kesenjangan sebesar -0,46 yang besarnya tidak melebihi 0,50.

Analysis Kepuasan Nasabah melalui Kualitas Pelayanan Mobile Banking Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)



Kesimpulan dari hasil diagram-diagram kartesius IPA atas kelima dimensi di atas digabungkan dan dimasukkan kedalam empat kuadran secara bersamaan maka hasilnya seperti dibawah ini:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini terdapat 3 atribut dari berbagai dimensi keseluruhan untuk prioritas utama dibenahi antara lain sebagai berikut:

- BSI menjamin data nasabah. (Atribut D.1 pada dimensi *Assurance*).
- Mobile Banking* BSI menjamin keamanan data transaksi nasabah. (Atribut D.2 pada dimensi *Assurance*).
- Mobile Banking* BSI memberikan jaminan pengembalian kepada nasabah jika terjadi kehilangan uang yang disebabkan oleh gangguan atau permasalahan pada saat transaksi. (Atribut D.4 pada dimensi *Assurance*).

Pada Kuadran I, terdapat atribut pada kuadran ini maka hal itu menandakan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan (harapan) yang relatif tinggi tetapi kenyataannya masih belum sesuai dengan

harapan nasabah. Atribut-atribut diatas termasuk atribut yang perlu ditingkatkan kualitasnya. Adapun salah satu dalam kuadran I ini adalah meningkat Server mobile banking BSI agar memiliki keamanan yang cukup baik sehingga nasabah akan merasa aman atas data nasabah selain itu juga keamanan data transaksi nasabah pun merasa aman dan tidak ada lagi kehilangan uang yang disebabkan atas gangguan maupun permasalahan pada sistem server.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini terdapat tiga belas atribut dari berbagai dimensi keseluruhan, yakni:

- Tampilan pada aplikasi *Mobile Banking* BSI bagus (Atribut A.1 pada dimensi bukti langsung *Tangible*).
- Mobile Banking* menyediakan Fitur layanan yang beragam (Atribut A.3 pada dimensi Bukti Langsung *Tangible*).
- Aplikasi M-Banking BSI dapat diakses dengan cepat (Atribut B.1 pada dimensi *Reliability*).
- Layanan transaksi pada aplikasi M-Banking BSI dapat dilakukan dengan cepat (Atribut B.2 pada dimensi *Reliability*).
- Aplikasi M-Banking BSI mudah digunakan (Atribut B.3 pada dimensi *Reliability*).
- M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi (Atribut C.1 pada dimensi *Responsiveness*).
- M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian saldo/ to up (Atribut C.2 pada dimensi *Responsiveness*).
- M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian dimana saja (Atribut C.3 pada dimensi *Responsiveness*).
- M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam transaksi di beberapa merchant / penjual toko usaha (Atribut C.4 pada dimensi *Responsiveness*).
- M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pada fitur layanan yang tersedia (Atribut C.5 pada dimensi *Responsiveness*).
- M-Banking BSI selalu memberikan informasi transaksi yang dilakukan

nasabah (Atribut E.1 pada dimensi *Empathy*).

- l. M-Banking BSI memberikan pelayanan kepada nasabah selama 24 jam (Atribut E.2 pada dimensi *Empathy*).

- m. M-Banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus ke bank (Atribut E.4 pada dimensi *Empathy*).

Pada kuadran II, atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini adalah atribut-atribut yang dianggap telah memuaskan nasabah yang berkunjung sehingga atribut-atribut tersebut patut untuk dipertahankan, tetapi untuk jangka waktu Panjang atribut-atribut ini lebih baik lagi jika lebih ditingkatkan kualitas layanannya agar tidak tertinggal dari pesaing lainnya.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini terdapat sebelas atribut dari berbagai dimensi keseluruhan, yakni:

- a. Informasi yang diberikan Aplikasi M-Banking BSI terorganisir dengan baik (Atribut A.4 pada dimensi bukti langsung *Tangible*).
- b. M-Banking BSI memberikan informasi promo terbaru pada halaman beranda secara berkala (Atribut A.5 pada dimensi bukti langsung *Tangible*).
- c. M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat (Atribut B.4 pada dimensi *Reliability*).
- d. M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan terpercaya (Atribut B.5 pada dimensi *Reliability*).
- e. M-Banking BSI menerima keluhan terhadap kesalahan/error system aplikasi (Atribut C.6 pada dimensi *Responsiveness*).
- f. M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan cepat (Atribut C.7 pada dimensi *Responsiveness*).
- g. M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan baik (Atribut C.8 pada dimensi *Responsiveness*).

- h. Aplikasi M-Banking BSI update dalam memberikan notifikasi Informasi transaksi pengguna M-Banking BSI (Atribut C.9 pada dimensi *Responsiveness*).

- i. Dalam melakukan transaksi di M-Banking jarang terjadi kesalahan pada system (Atribut D.3 pada dimensi *Assurance*).

- j. M-Banking memberikan pelayanan transaksi yang tidak memerlukan biaya admin (Atribut E.3 pada dimensi *Empathy*).

- k. Aplikasi M-Banking BSI banyak memberikan promosi yang menarik untuk para nasabahnya (Atribut E.5 pada dimensi *Empathy*).

Pada kuadran III, atribut-atribut pada kuadran ini merupakan atribut yang dapat dianggap kurang penting karena atribut-atribut tersebut memiliki nilai tingkat kepentingan (harapan) yang rendah dari pihak nasabah meskipun kepuasannya (*Realitatea*) yang diterima nasabah relative baik.

Atribut pada kuadran ini tidak terlalu dianggap penting, bukan berarti atribut ini tidak perlu di perhatikan. Bisa jadi dalam jangka pendek atribut-atribut ini tidak begitu berpengaruh terhadap performa bank tersebut, tetapi dalam kurun waktu Panjang dan bertambahnya persaingan bank akan semakin beragam pelayanan baru yang ditawarkan para pesaing, maka atribut-atribut tersebut dengan berjalannya waktu dapat dianggap penting bagi nasabah yang menerima pelayanan. Oleh karena itu alangkah baiknya jika tetap diadakan perbaikan pada kuadran III agar tidak terjadi ketertinggalan atau penurunan kualitas pelayanan yang diberikan.

Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini hanya terdapat satu atribut saja dari dimensi *tangible* yang mana pada atribut A.2 yakni tampilan pada aplikasi *Mobile Banking* BSI menarik. Pada atribut yang masuk kuadran IV ini adalah atribut yang sudah dianggap memuaskan bahkan melebihi harapan. Atribut-atribut ini dianggap berlebihan karena

memiliki tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Sehingga alangkah baiknya jika biaya yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan ini dikurangi sehingga dapat menunjang perbaikan pada atribut di kuadran lainnya yang membutuhkan.

Analisis Kepuasan Nasabah melalui Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Customers Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) dipakai untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut jasa atau pelayanan yang diukur. Berikut perhitungan *Customers Satisfaction Index* (CSI):

keterangan

WR = $(4,1 : 112,5) \times 100 = 3,64\%$

WS = $(3,27\% \times 3,56) = 12,97$

WT = Jumlah keseluruhan WS

SI = $(357,02:5 \times 100\%) = 71,40 \%$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh hasil CSI untuk atribut kualitas pelayanan digital *Mobile Banking* BSI sebesar 71,40% yang mana nilai tersebut berada pada rentang nilai CSI antara 0,66 – 0,80 yang berarti bahwa nasabah BSI yang menggunakan *Mobile Banking* BSI merasa puas dengan pelayanan *Mobile Banking* BSI. Dengan kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* terhadap kualitas pelayanan digital yang diberikan, diharapkan pihak manajemen BSI tetap harus meningkatkan pelayanan digital agar lebih memaksimalkan lagi tingkat kepuasan nasabah BSI dikemudian hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari analisis yang sudah dipaparkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah Aceh yang menggunakan *Mobile Banking* BSI sebesar 71,40% yang mana angka tersebut dikategorikan nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI di Aceh merasa puas.

Dalam analisis kesenjangan/selisih antara harapan dan kepuasan pelayanan *Mobile Banking* BSI mendapatkan nilai rata-rata kesenjangan/selisih – 0,456, yang berarti secara keseluruhan layanan *Mobile Banking* BSI masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah pengguna *Mobile Banking* Di Aceh.

Berdasarkan pengukuran menggunakan metode *Importance and performance Analysis* (IPA) Atribut pada tiap dimensi yang diteliti masuk ke dalam empat kuadran antara sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama), terdiri dari 3 atribut yaitu; BSI menjamin data nasabah, *Mobile Banking* BSI menjamin keamanan data transaksi nasabah, *Mobile Banking* BSI memberikan jaminan pengembalian kepada nasabah jika terjadi kehilangan uang yang disebabkan oleh gangguan atau permasalahan pada saat transaksi. Pada Kuadran I, terdapat atribut pada kuadran ini maka hal itu menandakan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan (harapan) yang relatif tinggi tetapi kenyataannya masih belum sesuai dengan harapan nasabah. Atribut-atribut diatas termasuk atribut yang perlu ditingkatkan kualitasnya.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi), terdiri dari tiga belas atribut yaitu; Tampilan pada aplikasi *Mobile Banking* BSI bagus, *Mobile Banking* menyediakan Fitur layanan yang beragam, Aplikasi M-Banking BSI dapat diakses dengan cepat, Layanan transaksi pada aplikasi M-Banking BSI dapat dilakukan dengan cepat, Aplikasi M-Banking BSI mudah, M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian saldo/ to up, M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam pengisian dimana saja, M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam transaksi di beberapa merchant / penjual toko usaha, M-Banking BSI memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pada fitur layanan yang tersedia, M-Banking BSI selalu

memberikan informasi transaksi yang dilakukan nasabah, M-Banking BSI memberikan pelayanan kepada nasabah selama 24 jam, M-Banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus ke bank.

Pada kuadran II, atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini adalah atribut-atribut yang dianggap telah memuaskan nasabah yang berkunjung sehingga atribut-atribut tersebut patut untuk dipertahankan, tetapi untuk jangka waktu Panjang atribut-atribut ini lebih baik lagi jika lebih ditingkatkan kualitas layanannya agar tidak tertinggal dari pesaing lainnya.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah), terdiri dari sebelas atribut yakni; Informasi yang diberikan Aplikasi M-Banking BSI terorganisir dengan baik, M-Banking BSI memberikan informasi promo terbaru pada halaman beranda secara berkala, M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat, M-Banking BSI memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan terpercaya, M-Banking BSI menerima keluhan terhadap kesalahan/error system aplikasi, M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan cepat, M-Banking BSI menerima keluhan nasabah dengan baik, Aplikasi M-Banking BSI update dalam memberikan notifikasi Informasi transaksi pengguna M-Banking BSI, Dalam melakukan transaksi di M-Banking jarang terjadi kesalahan pada system, M-Banking memberikan pelayanan transaksi yang tidak memerlukan biaya admin, Aplikasi M-Banking BSI banyak memberikan promosi yang menarik untuk para nasabahnya.
- i. Pada kuadran III, atribut-atribut pada kuadran ini merupakan atribut yang dapat dianggap kurang penting karena atribut-atribut tersebut memiliki nilai tingkat kepentingan (harapan) yang rendah dari pihak nasabah meskipun kepuasannya

(Realitatea) yang diterima nasabah relative baik.

4. Kuadran IV (Berlebihan) Pada kuadran ini hanya terdapat satu atribut saja dari dimensi *tangible* yang mana pada atribut A.2 yakni tampilan pada aplikasi *Mobile Banking* BSI menarik. Pada atribut yang masuk kuadran IV ini adalah atribut yang sudah dianggap memuaskan bahkan melebihi harapan. Atribut-atribut ini dianggap berlebihan karena memiliki tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Sehingga alangkah baiknya jika biaya yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan ini dikurangi sehingga dapat menunjang perbaikan pada atribut di kuadran lainnya yang membutuhkan.

Adapun atribut yang sangat penting untuk diperbaiki adalah atribut yang berada di kuadran I yang mana pada kuadran I adalah kuadran prioritas utama untuk diperbaiki. Dari atribut atribut I dapat kita simpulkan bahwa BSI harus memperbaiki sistem keamanan pada *Mobile Banking*. Sehingga nasabah dapat percaya Kembali kepada *Mobile Banking* BSI. Dan juga BSI bisa mengembalikan kepercayaan nasabah dengan cara bisa mengembalikan dana yang hilang apabila terjadi gangguan atau error pada sistem aplikasi BSI *Mobile Banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar,T, D., BI harapkan migrasi 1,2 juta nasabah BSI di Aceh tuntas pada Juni 2021, (selasa 21 juni 2021)<https://www.antaraneews.com/berita/239050/bi-harapkan-migrasi-12-juta-nasabah-bsi-di-aceh-tuntas-pada-juni-2021#mobile-src>
- Sugiato, Hendratono, T., Sudibyo, D., *Metodologi penelitian hospitaliti & pariwisata*, (Tangerang: PT Matana Publishing Utama,2015), 142
- Ghozali, H, I. 2016. *Aplikasi Analisis Kualitas Multivariat Dengan Program*
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta

-
- Santoso. 2011. "Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Bakpao Telo Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)." *Jurnal Teknologi Pertanian* 12(1): 9
- Massnick, F. 1997. *The Customers is CEO: How to Measure What your Customers Want and Make Sure They Get it*, New York: American Management Association.
- Nugraha, R., A. Harsono, dan H. Adianto. 2014. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matrix Importance- Performance Analysis (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* 3(1): 221-231.
- Indrawati, 2008. Analisis Kepuasan Nasabah Pembiayaan Terhadap Kualitas Pelayanan BPRS Al Salam Amal Salman Kantor Cabang Leuwiliang, Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, Bogor.