



Malia: Jurnal Ekonomi Islam

Accreditation of Sinta 4 Number 36/E/KPT/2019

Volume 12 Number 2, June 2021, Pages 243-256

Print : 2087-9636

Online : 2549-2578

Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan

Abdillah Mundir, Lilik Nur Hayati

Universitas Yudharta Pasuruan

abdillahmundir@yudharta.ac.id, liliknurhayati16@gmail.com

Article Info

Article History:

Received Mar 10 th, 2021

Revised Apr 03 th, 2021

Accepted Mey 29 th, 2021

Keyword:

*Layanan Mobile Banking ,
Kepuasan Nasabah,
Mobile Banking Services,
Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Mobile Banking services on customer satisfaction at BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Pasuruan. In this study, the authors use quantitative research methods with a descriptive problem formulation approach, because of the variables that will be examined for their relationship and the aim is to present a structured, factual picture of the facts and the relationship between the variables studied. The results of the F test show that the perception of speed (X1), perception of security (X2), perception of data accuracy (X3), perception of trust (X4) together have an effect on customer satisfaction.

Copyright@ 2021 Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Yudharta Pasuruan
All rights reserved.

DOI: <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>

Corresponding Author:

Abdillah Mundir,

Dosen Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan

Email: abdillahmundir@yudharta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Perbankan memiliki peranan yang penting dalam kegiatan perekonomian, dalam suatu Negara. Hal ini tentunya tidak terlepas dari lalu lintas pembayaran yang menggunakan uang sebagai mediana. Dari peranan tersebut dapat dikatakan bahwa industri perbankan merupakan urat nadi atau pusat dari sistem perekonomian itu sendiri. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam (Daryanto. 2014).

Berdasarkan rumusan tersebut, bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Qur'an dan Hadist. Sedangkan "Muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun perorangan dengan masyarakat (Tjiptono. 2005).

Selanjutnya, industri perbankan syari'ah telah mengalami perkembangan yang pesat semakin memiliki landasan hukum yang memadai yakni dengan diterbitkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan Syari'ah.

Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan nasabahnya. Para nasabah datang silih beganti baik sebagai pembeli jasa maupun penjual jasa yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu bank, yaitu membeli uang dari masyarakat (menghimpun dana) melalui simpanan dan kemudian menjual uang yang diperoleh dari penghimpunan dana dengan cara (menyalurkan dana kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit atau pinjaman).

Kegiatan perbankan adalah memberikan jasa-jasa bank lainnya. Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kedua kegiatan sebelumnya, yaitu kegiatan mengimpon dana dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan, maka semakin semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan suatu ransaksi perbankan,

cukup berhenti disatu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan (Hasan. 2011).

Metode konvensional (manual) perbankan adalah nasabah datang ke bank untuk bertransaksi. Bila nasabah ingin melakukan transfer dana ke rekening lain di bank yang sama atau bank yang berbeda, mereka harus datang ke bank, mengisi blanko transfer dan mengantri untuk dilayani. Cara ini sangat tidak efisien, karena perlu waktu cukup banyak hanya untuk ditransfer. Transfer merupakan jasa pengiriman uang atau pemindahan uang lewat bank baik pengiriman uang dalam kota, luar kota atau ke luar negeri. Lama pengiriman dan besarnya biaya kirim sangat tergantung dari sarana yang digunakan.

Pemilihan sarana yang akan digunakan dalam jasa transfer ini tergantung kemauan nasabah apakah lewat Telex, Telepon, atau On Line Komputer. Sarana yang dipilih akan mempengaruhi kecepatan pengiriman dan besar kecilnya biaya pengiriman.

Banyak cara yang dapat dilakukan bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut akan merasa puas.

Sebelumnya, para nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun, sekarang kepuasan tersebut cepat menghilang, karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba. Dilain pihak, tingginya tingkat kriminalitas yang melahirkan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kepraktisan dalam melakukan segala transaksi. Industri perbankan tahu benar memanfaatkan hal itu. Fungsi utama, bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini, dalam bersaing satu sama lain, bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utama tersebut, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari (Irwan.2004).

Dalam perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara mobile, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap terjadinya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan

banyak waktu namun tanpa terasa lelah mengikis sumber pendapatan seseorang. Hal ini menjadi pemikiran para nasabah untuk memulai beralih dari kebiasaannya selama ini.

Teknologi informasi telah menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia perbankan. Dengan memanfaatkan teknologi secara cerdas, Bank dapat menghadirkan berbagai fasilitas untuk mendukung produk dan layanan yang sudah ada (Kasmir.2015).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses terhadap layanan finansial dan pemrosesan transaksi.

Alasan ini merupakan salah satu penyebab dari pihak bank menentukan penawaran layanan mobile banking diharapkan dapat mengurangi ketidakpraktisan metode manual serta menawarkan kepraktisan. Layanan M-banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat smartphone.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Mobile banking atau biasa disebut m-banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. Mobile banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Apabila pihak perusahaan terus menerus mengabaikan konsumen maka konsumen akan meninggalkan perusahaan karena ketidakpuasan atas pelayanan perusahaan, karena konsumen saat ini sudah pintar dan tidak mau dibodohi. Persaingan bisnis saat ini semakin tajam. Setiap perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan. Konsep pemasaran berubah dari product oriented menjadi customer oriented. Bentuk dari customer oriented adalah perusahaan harus memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan prima dan selalu menjalin hubungan yang baik sehingga memuaskan keinginan dan kepuasan nasabah (Khotler. 2001).

BRI Syari'ah sebagai salah satu pelaku industri perbankan syari'ah menyadari perlunya memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dengan memberikan alternatif channel. Hal ini yang melatarbelakangi BRI Syari'ah meluncurkan fasilitas banking yang mengusung nama BRIS Online.

Sesuai dengan namanya, fasilitas ini memungkinkan nasabah BRI Syari'ah untuk melakukan transaksi melalui handphone. Cukup dengan terhubung internet dan mengakses BRIS Online maka nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Fitur menu yang disiapkan pun sangat mudah digunakan sehingga tidak menjadi hambatan bagi Nasabah yang baru menggunakannya.

B. KAJIAN TEORI

1. Bank

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di Negara maju. Masyarakat di Negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di Negara maju antara lain: aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari suatu tempat ke tempat lain/dari satu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, dan serta aktivitas lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu Negara, bahkan pertumbuhan bank disuatu Negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian Negara tersebut.

Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, Yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Moenir. 2002).

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan.

a. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Masyarakat memercayai bank sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Dengan menyimpan uangnya di bank, nasabah juga akan mendapat keuntungan

berupa return atas simpanannya yang besarnya tergantung kebijakan masing-masing bank.

b. Menyalurkan Dana Kepada Masyarakat

Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat, di samping merupakan aktivitas yang dapat menghasilkan keuntungan, juga untuk memanfaatkan dana yang idle (Idle Fund) karena bank telah membayar sejumlah tertentu atas dana yang telah dihimpunnya. Penyaluran dana kepada masyarakat sebagian besar berupa kredit untuk bank konvensional dan atau pembiayaan untuk bank syari'ah. Kredit yang diberikan dan atau pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat menempati porsi aset yang terbesar di setiap bank.

c. Pelayanan Jasa Perbankan

Aktivitas pelayanan jasa, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.

2. Bank Syari'ah

Bank Syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syari'ah dan bank pembiayaan rakyat syari'ah. Bank Umum Syari'ah (BUS) merupakan bank syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) adalah bank syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Ambari. 1996).

Prinsip syari'ah menurut UU No. 21 Tahun 2008, adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syari'ah. Atau dengan kata lain suatu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan ketentuan al-Qur'an dan Hadist. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan operasional bank tersebut mengikuti ketentuan ketentuan syari'ah Islam khususnya yang berkaitan dengan tata cara bermuamalat secara Islam.

Menurut Antonio dan Perwataatmadja (1999) membedakan pengertian bank menjadi dua, yaitu bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syari'ah. (1) Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam; (2) Bank yang tata caranya beroperasionalnya mengacu pada ketentuan ketetapan al-Qur'an dan Al-Hadits (Sukanto.2015).

Asas perbankan syari'ah menurut Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang bank syari'ah, menyatakan bahwa perbankan syari'ah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syari'ah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Sedangkan tujuan bank syari'ah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan ekonomi rakyat (Supriyono. 2011).

Fungsi bank syari'ah menurut Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 dalam pasal 4 yang terdiri dari:

- a. Menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat.
- b. Menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank syari'ah dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- d. Pelaksanaan sosial.

Pada tahun 1998 dikeluarkan Undang Undang Nomor 10, perubahan atas Undang Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Pada Undang Undang ini terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar lagi bagi pengembangan perbankan syari'ah. Dari UU tersebut dapat disimpulkan, bahwa sistem perbankan syari'ah dikembangkan dengan tujuan antara lain:

- a. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan ditetapkan sistem perbankan syari'ah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional (dual banking sistem), mobilitas dana masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas terutama dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.
- b. Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan Dalam prinsip ini konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis (Mutual Investor Relationship).

Sementara dalam bank konvensional konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur (Debitur To Creditor Relationship).

- c. Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan (Perpetual Interest Effect), membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif (Unproduktif Speculation), pembiayaan ditujukan kepada usaha-usaha yang memperhatikan unsur moral.

3. Teori pelayanan Mobile Banking

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud atau tidak dapat dimiliki. Dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kegiatan konsumen dan tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri (Tjiptono. 2011).

Selanjutnya, Moenir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Moenir mengatakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang/jasa jangan memberikan yang buruk/tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dijelaskan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Dan berdasarkan penelitian Selanjutnya, Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayananditentukan oleh dua hal, yait jasa yang dirasakan (perceived service) dan jasa yang diharapkan (expected service). apabila pelayanan yang diterima /dirasakan sesuai dengan yang diharpkan maka kwaitas pelayanan yang dipersepsikan adalah kualitas baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk (Trijono. 2015).

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan Operator telepon lainnya. Untuk mendapatkan fasilitas ini nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan meregister no. HP yang akan digunakan disamping password untuk keamanan bertransaksi (Wahab 1983).

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah seabagi insentif kepada pelanggan, promosi mobile banking akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi. Mobile banking atau biasa disebut M-Banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. Mobile banking tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagaimmedia untuk melakukan mobile

banking. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel. Dengan ini, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertarasnsaksi dimana saja dan kapan saja.

Dibandingkan layanan e-banking lainnya, perkembangan mobile banking terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran layanan m-banking mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Dengan satu sentuhan, m-banking menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu genggam. Kebermanfaatan dari layanan mobile banking akan meningkatkan kepuasan nasabah. Lebih jauh, mobile banking menciptakan nilai bagi transaksi nasabah bank sebagai channel penyampaian jasa nirkabel (wireless).

4. Teori Kepuasan Nasabah

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

Setiap transaksi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap, dimana penilainnya didasarkan pada berbagai atribut (Wasilah. 2016).

C. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang berusaha menggambarkan atau memberikan penjelasan tentang suatu masalah yang dapat digeneralisasikan hasilnya. Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk menjelaskan, meramalkan dan atau mengontrol fenomena social melalui pengukuran objektif dan analisis numeric atau analisis terhadap

variasi angka-angka. Metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama (Sugiyono. 2006).

Data Primer adalah data yang di peroleh dan berkaitan langsung dengan permasalahan yang di hadapi dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan. Data Sekunder adalah pengumpulan data dan informasi yang diperoleh melalui dokumentasi atau arsip yang ada di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten untuk mendukung data primer (Sugiyono.2012).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan (Arikunto. 2006).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan yang menggunakan layanan mobile banking (Imam. 2009).

D. PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebar kuesioner yang diajukan kepada nasabah Bank BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Pasuruan. Kemudian peneliti mengelola hasil jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden dalam hal ini adalah nasabah Bank BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Pasuruan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

Menurut Kotler layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kegiatan konsumen dan tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada pelanggan, promosi mobile banking akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang

dilakukan konsumen terhadap teknologi. Mobile banking atau biasa disebut M-Banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. Mobile banking tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan mobile banking. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel. Dengan ini, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja.

Sistem Layanan mobile banking BRIS Online untuk memberikan kepuasan bagi nasabah antara lain dengan memberikan kemudahan transaksi tanpa harus mengunjungi bank / ATM secara langsung. Dalam menggunakan layanan mobile banking ini tentunya nasabah memiliki berbagai alasan tertentu. Baik dalam hal kecepatan akses, akurasi data, keamanan dan juga rasa kepercayaan yang dapat memberikan rasa kepuasan bagi nasabah.

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa layanan mobile banking juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (P Value $< 0,05$). Layanan mobile banking merupakan faktor yang diperhitungkan dalam variabel kepuasan nasabah. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti layanan mobile banking mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini ditunjukkan dengan hasil yang setuap dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan untuk variabel layanan mobile banking.

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, variabel layanan Mobile Banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan $F_{hitung} (1,303) = > F_{tabel} (35,733)$. Hal tersebut membuktikan bahwa layanan Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Mobile Banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. Hal tersebut menjelaskan bahwa layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena layanan mobile banking adalah pelayanan yang utama untuk memuaskan nasabah.

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, hal ini diketahui dalam perhitungan uji t dimana $t_{hitung} 2,061 \geq t_{tabel} 0,962$. Hal ini mungkin terjadi karena layanan mobile banking sangat memudahkan nasabah dan sangat memuaskan nasabah.

Menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara: (1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. (2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan. (3) Menutup segala kesenjangan yang ada. (4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak. (5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba. (6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian. (7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 15 sampel nasabah Bank BRI Syariah KC Malang Pandaan Pasuruan yang telah dijelaskan dalam analisis data yang terdapat dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Karakteristik responden didominasi oleh jenis kelamin laki-laki yang mencapai 53,3%, usia 21-40 tahun dengan jumlah 11 responden.

Hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi atas kecepatan (X1), persepsi atas keamanan (X2), persepsi atas akurasi data (X3), persepsi atas kepercayaan (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana perhitungan F_{hitung} sebesar 1,303 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Hasil uji t menunjukkan bahwa persepsi atas kecepatan (X1), persepsi atas keamanan (X2), persepsi atas akurasi data (X3), persepsi atas kepercayaan (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,061 > 0,962$.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. 2014.

- Fandy, Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2005.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegor. 2009.
- Hasan. Analisis Industri perbankan Syariah di Indonesia, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. 2011.
- Irwan. *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2004.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Khotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Moenir. *Manajemen Pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Muarif Ambari, Hasan. *Ensiklopedi Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve. 1996.
- Nizar, M. N. M. (2015). Strategi Pengembangan Marketing (Studi Kasus di BRPS Adil Makmur Karangploso Malang). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
- Nizar, M., Dzikrulloh, N. Q., & Ansori, R. (2019, September). Mosque Based Economic Empowerment Model to Overcome Poverty in Indonesia. In *CIFET 2019: Proceedings of the 1st Conference on Islamic Finance and Technology, CIFET*, 21 September, Sidoarjo, East Java, Indonesia (p. 88). European Alliance for Innovation.
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13-21.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sukamto. *Operasional Bank Syariah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press. 2015.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pitar perbankan*. Yogyakarta: Andi Offset. 2011.
- Tjiptono, Fandy. Greforius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi. 2011.
- Trijono, Rachmat. *Metodologi penelitian Kuantitatif*. Depok: Papas Sinar Sinanti. 2015.
- Wahab Khailaf, Abdul. *Kaidah-Kaidah Hukum Islam*. Jakarta: risalah. 1983.
- Wasilah, Hikmatul. *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram*, Skripsi IAIN Mataram. 2016.