



**LAYANAN MOBILE BANKING (*M-BANKING*) NASABAH BANK
RAKYAT INDONESIA PADA KANTOR CABANG PEMBANTU
JEMBER**

TESIS

Oleh

**Tsiqoh Billah
NIM 160920101007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINSTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**LAYANAN MOBILE BANKING (*M-BANKING*) NASABAH BANK
RAKYAT INDONESIA PADA KANTOR CABANG PEMBANTU
JEMBER**

TESIS

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Magister Ilmu Administrasi (S2)
Dan Mencapai Gelar Magister Sains

Oleh

**Tsiqoh Billah
NIM 160920101007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINSTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah S.W.T puji syukur atas kehadiratnya yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-NYA sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Tesis ini saya persembahkan untuk orang-orang tercinta yang selalu menyertai dengan doa, semangat, motivasi, cinta, ketulusan, dan kasih sayang:

1. Kedua orang tuaku ayahanda alm. Chozin Ma'ruf dan Ibunda Ninik Aniati yang tercinta, terima kasih atas doa, dorongannya untuk selalu menuntut ilmu serta memotivasi saya dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Saudariku tercinta Nunuk Chozin dan Khurun'in, terima kasih atas dukungan dan kasih sayangnya untuk selalu mendampingi.
3. Dosen pembimbing utama Dr. Akhmad Toha, M.Si dan Dosen Pembimbing Anggota Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos, S.E, M.Si terima kasih atas bimbingannya sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
4. Rekan kerja di perbankan, Angga Firmansyah dan Ibu Bakti Rahayuningsih, terima kasih atas dukungan selama menjalani penelitian yang selalu memotivasi agar menyelesaikan tugas akhir ini.

MOTO

”Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu ,
maka ia dijalan
Allah hingga ia pulang.”
HR. Tirmidzi

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”
QS. As Syrah Ayat 5-6

Dian, Aulia. 2020. Kumpulan Motto hidup Islami.

<https://www.tobakonis.com/inspirasi/contoh-motto-hidup-islami/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tsiqoh Billah

NIM : 160920101007

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul ” Layanan Mobile Banking (*m-Banking*) Nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 28 September 2020



Tsiqoh Billah

NIM. 160920101007

TESIS

**LAYANAN MOBILE BANKING (*M-BANKING*) NASABAH BANK
RAKYAT INDONESIA PADA KANTOR CABANG PEMBANTU
JEMBER**

Oleh

**Tsiqoh Billah
NIM 160920101007**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Akhmad Toha, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos.,S. E., M.Si

PENGESAHAN

Tesis berjudul “Layanan mobile banking (*m-Banking*) nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember”. Karya ini telah diuji dan disahkan pada :

Hari, Tanggal : 14 Agustus 2020

Tempat : Pascasarjana FISIP, Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,



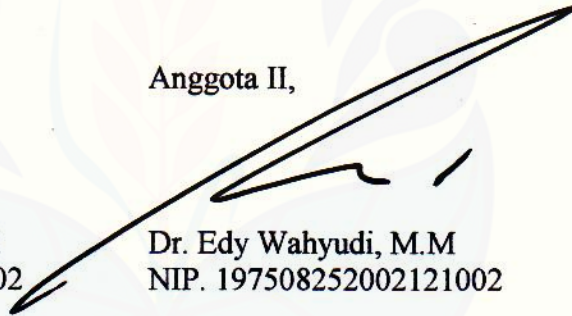
Dr. Puji Wahono, M.Si
NIP. 196002011987021001

Anggota I,



Dr. I Ketut Mastika, M.M
NIP. 195905071989031002

Anggota II,



Dr. Edy Wahyudi, M.M
NIP. 197508252002121002

Anggota III,



Dr. Akhmad Toha, M.Si
NIP. 195712271987021002

Anggota IV,



Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos, S.E, M.Si
NIP. 197902102002122001

RINGKASAN

Layanan Mobile Banking (*m-Banking*) Nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember, Tsiqoh Billah, 160920101007, 2020, 90 halaman; Program Studi Magister Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Kualitas layanan di perbankan sangat penting mengingat dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Banyak strategi yang digunakan pihak bank untuk kualitas layanan diantaranya dilihat dari dimensi kualitas layanan *Security*/keamanan yang berhubungan dengan jaminan kerahasiaan data nasabah, ketiadaan manipulasi data, keamanan menggunakan layanan *m-Banking*, dimensi *Speed*/kecepatan layanan *m-Banking* yang berkaitan dengan jaringan operator provider dan kualitas maintenance jaringan, dimensi *Accuracy*/keakuratan yang berhubungan dengan kesesuaian informasi yang di terima nasabah, kejelasan informasi yang diterima, dimensi *Trust*/kepercayaan yang berhubungan dengan kepercayaan nasabah menggunakan layanan, bank mendapatkan loyalitas dari nasabah atas produk *m-Banking*, serta dimensi *Education*/edukasi terkait proses edukasi antar dua belah pihak karyawan serta nasabah terkait penjelasan informasi mengenai produk layanan *m-Banking*. Tujuan penelitian ini untuk menyempurnakan layanan *m-Banking* yang ditawarkan kepada nasabah sebagai produk yang dapat diandalkan oleh para nasabah untuk keperluan transaksi.

Penelitian ini dilaksanakan kepada nasabah yang telah menjadi nasabah inti di Bank Rakyat Indonesia KCP. Penentuan informan merupakan bagian dari data penelitian yang diambil secara wawancara dengan teknik *In-Depth Interview*. Pengambilan data wawancara dilakukan selama 2 bulan.

Secara langsung, kualitas layanan *m-Banking* BRI melalui dimensi *Security*/keamanan, *Speed*/kecepatan, *Accuracy*/keakuratan, dan *Trust*/kepercayaan dan *Education*/edukasi mempunyai peranan penting kepada loyalitas nasabah dalam menggunakan produk layanan dari BRI. faktanya di lapangan keamanan dan edukasi kepada nasabah merupakan prioritas penting dalam pengembangan layanan *m-Banking*. nasabah memerlukan rasa aman saat menggunakan transaksi

m-Banking serta nasabah memerlukan edukasi dari BRI seperti mereka mengalami kesulitan saat pengoprasian. Nasabah memerlukan informasi terkait layanan *m-Banking* selama 24 jam. Transaksi juga membutuhkan pin dan *password* untuk menjaga identitas nasabah saat melakukan transaksi. Jika sistem keamanan terganggu nasabah dapat menghubungi *call center* BRI 14017. BRI melakukan upaya untuk melindungi nasabah saat melakukan transaksi *online*. Strategi di pusatkan pada keamanan dan edukasi. Keamanan dan edukasi dirasa cukup penting karena gerbang membuat nasabah merasa aman dan mendapatkan *reward* dari sistem edukasi. Element ini dapat mendorong elemen-elemen lain dalam mencapai kebutuhan nasabah BRI KCP Jember

SUMMARY

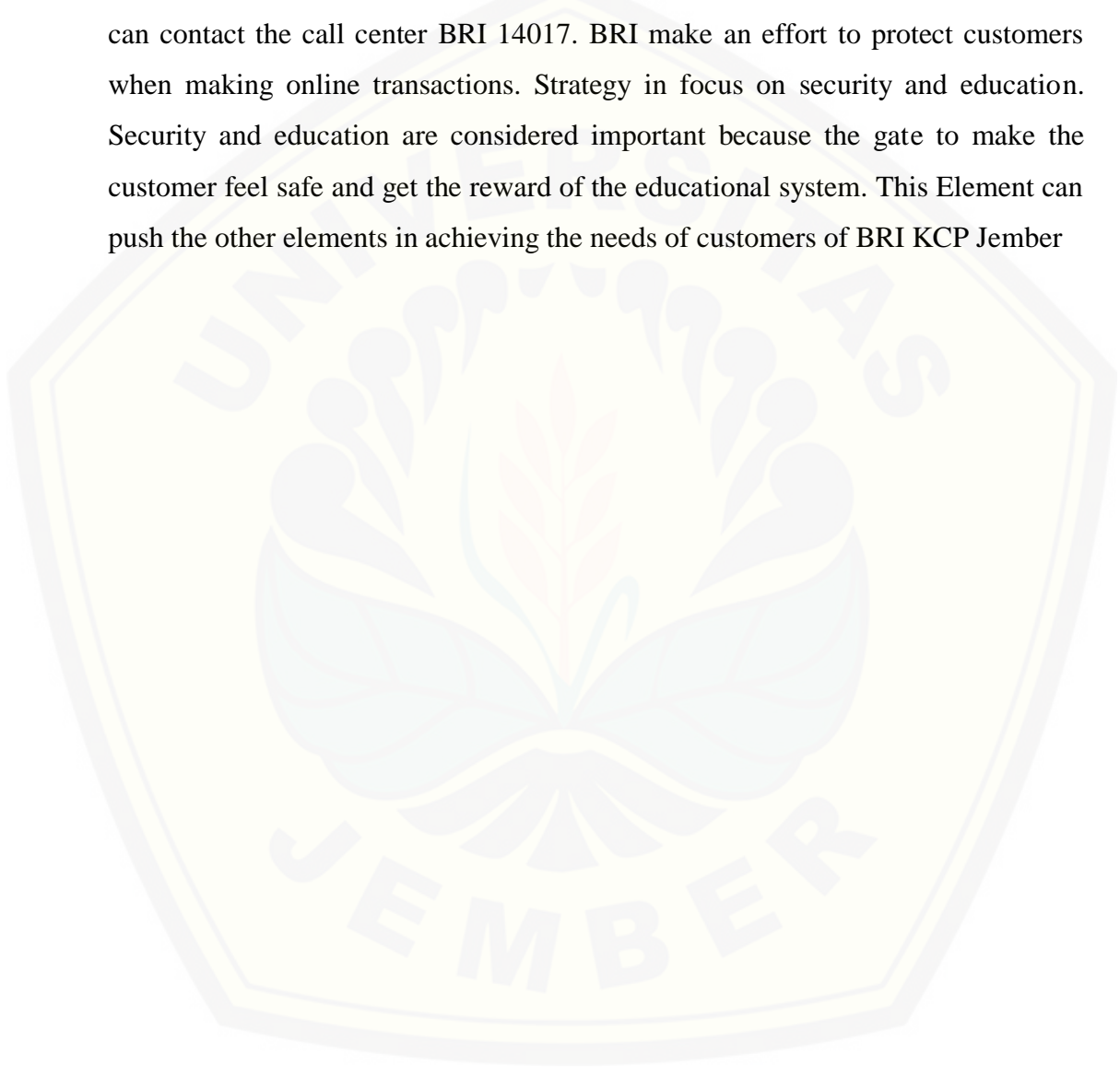
Bank Rakyat Indonesia Customer Mobile Banking (M-BANKING) Service In The Jember Branch Office; Tsiqoh Billah, 160920101007, 2020. 90 pages: Master of Administrative Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Jember University.

Service quality in banking it is very important considering it can affect customer satisfaction and customer loyalty. Many of the strategies used by the bank for the quality of the service including the views of the service quality dimensions of Security/security associated with guarantee of confidentiality of customer data, the absence of manipulation of the data, the security of using the service m-Banking, the dimensions of Speed/speed of service m-Banking related to the carrier network provider and the quality of maintenance of the network, dimensional Accuracy/accuracy associated with the suitability of the information on the customer, clarity of information received, the dimensions of Trust/confidence that is associated with the customer confidence to use the service, the bank get the loyalty from the customer for the product m-Banking, as well as the dimensions of Education/education related to the education process between the two parties, employee and customer related explanatory information regarding the product service m-Banking. The purpose of this research is to enhance the service m-Banking provided to customers as a product that can be relied upon by the customer for the purposes of the transaction.

This study was conducted to customers who have become customers of the core Bank Rakyat Indonesia KCP. Determination of informants is part of the research data were taken by interview technique In-Depth Interview. Data collection interviews were conducted during 2 months.

Directly, the quality of the service m-Banking BRI through the dimensions security/security, Speed/speed, Accuracy/accuracy, and Trust/trust and Education/education has an important role to customer loyalty in using the product service from BRI. in fact in the field of security and education to customers is an important priority in the development of the service m-Banking. customers need a sense of

security when using transaction m-Banking as well as customer's require education of the BRI as they experience difficulty while operating. The customer requires information related to the service m-Banking for 24 hours. The transaction also requires a pin and password to keep the identity of the customer when performing the transaction. If the security system is disrupted, customers can contact the call center BRI 14017. BRI make an effort to protect customers when making online transactions. Strategy in focus on security and education. Security and education are considered important because the gate to make the customer feel safe and get the reward of the educational system. This Element can push the other elements in achieving the needs of customers of BRI KCP Jember



PRAKATA

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wataála atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Layanan Mobile Banking (*M-Banking*) Nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada :

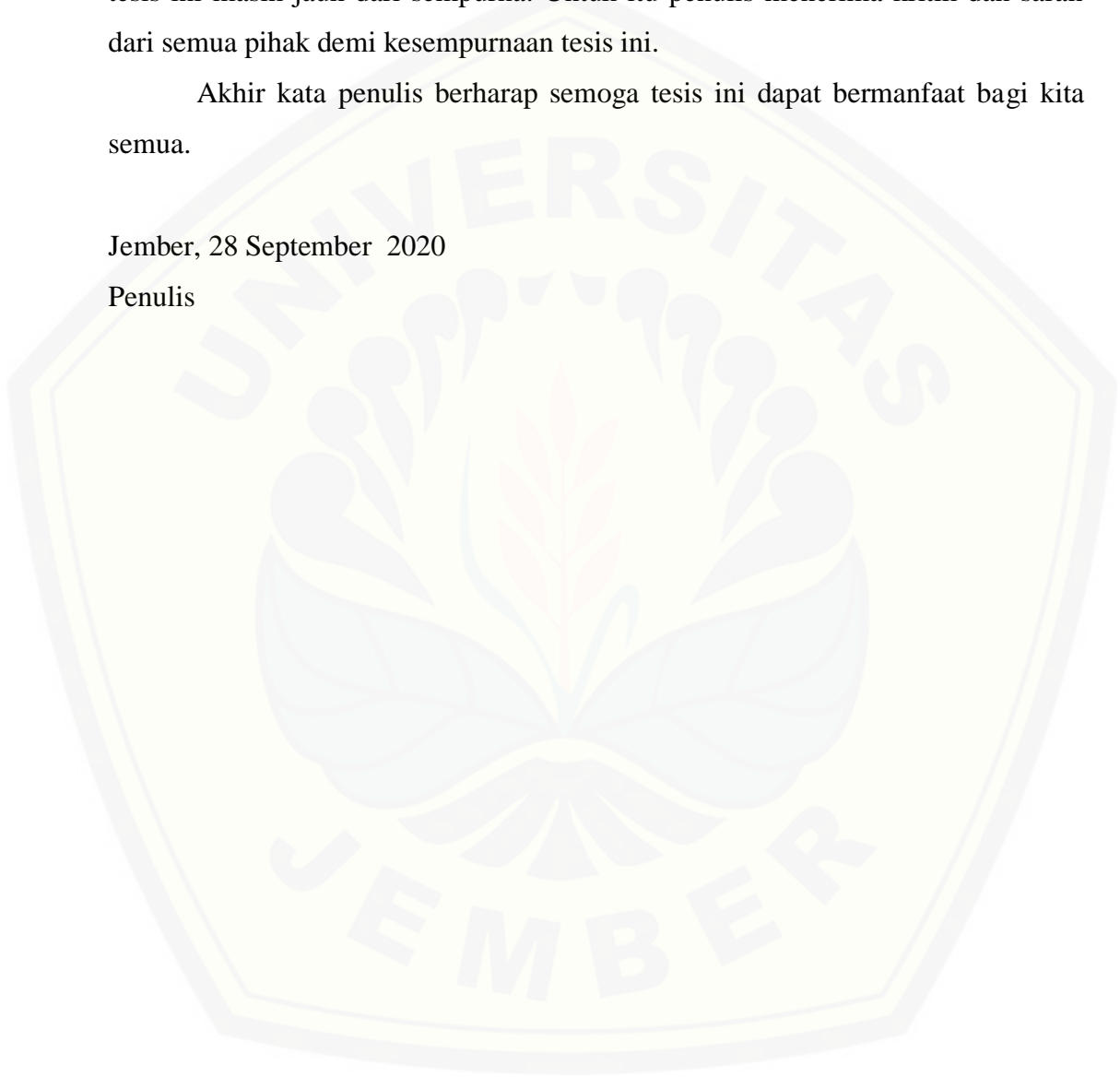
1. Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes. selaku Pejabat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh jajaran baik staf pengajar maupun staf administrasi yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan pelayanan dalam menempuh perkuliahan dan selama penulisan tesis ini.
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bantuan dan bimbinganya selama pelaksanaan penelitian sampai terselesaikannya tesis ini.
3. Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan tesis ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Megister Ilmu Administrasi yang telah membina selama melaksanakan studi di Program Pasca Sarjana Universitas Jember.
5. Ibu Bkti Rahayuningsih selaku Pimpinan Cabang BRI Kantor Cabang Pembantu Jember yang telah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan dan melakukan penelitian di Bank BRI.
6. Mantan rekan kerjaku yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
7. Untuk semua pihak yang telah membantu proses terselesaikannya tesis ini, penulis ucapkan terimakasih banyak atas bantuannya.

Dengan segala upaya dan kemampuan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam menulis tesis ini, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan tesis ini.

Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 28 September 2020

Penulis



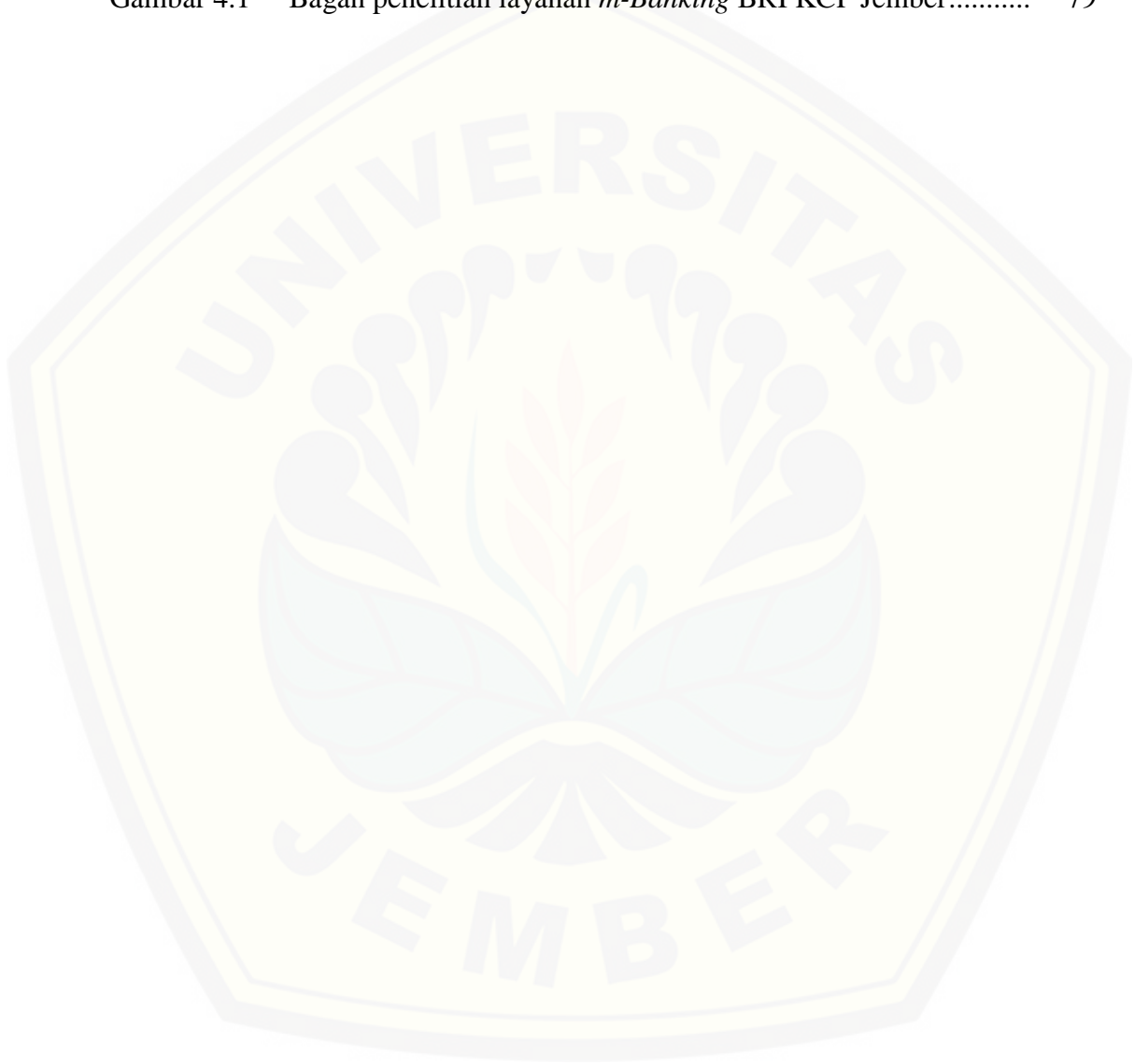
DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
JUDUL	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTO.....	iv
PERNYATAAN.....	v
PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Gambaran Umum	7
2.1.1 Letak Objek Penelitian	7
2.1.2 Sejarah Bank Rakyat Indonesia.....	7
2.1.3 Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia.....	8
2.1.4 Produk-Produk Bank Rakyat Indonesia	9
2.1.5 Struktur Organisasi dan Tanggung jawab Pekerjaan.....	12
2.1.6 Data Penggunaan dan Volume Transaksi <i>m-Banking</i> BRI.....	17
2.1.7 Penggunaan Layanan <i>m-Banking</i> BRI.....	18
2.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	23
2.3 Pengertian Bank	25
2.4 Produk Jasa pada Bank Konvensional	27
2.5 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan.....	28
2.6 Pengertian Nasabah	29
2.7 <i>Mobile Banking</i>	31
2.7.1 Pengertian <i>Mobile Banking</i>	31
2.7.2 Jenis <i>Mobile Banking</i>	33

2.7.3 Fasilitas <i>Mobile Banking</i>	34
2.7.4 Manfaat <i>Mobile Banking</i>	36
2.8 Kualitas Layanan	38
2.8.1 Pengertian Kualitas Layanan	38
2.8.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	40
2.8.3 Pelayanan Pelanggan	41
2.9 Penelitian Terdahulu	42
2.10 Kerangka Konseptual.....	42
BAB 3 METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	46
3.3 Penentuan Informan Penelitian	47
3.4 Tahap Pengumpulan Data	48
3.5 Tahap Pemeriksaan Data.....	50
3.6 Tahap Analisa Data	51
BAB 4 HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	54
4.1 Strategi BRI dalam Penyempurnaan Layanan.....	54
4.2 Pembahasan.....	54
4.2.1 Kualitas Layanan <i>m-banking</i> BRI	54
a. Keamanan	56
b. Kecepatan Layanan.....	61
c. Keakuratan	65
d. Kepercayaan	68
e. Edukasi.....	72
BAB 5 PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88

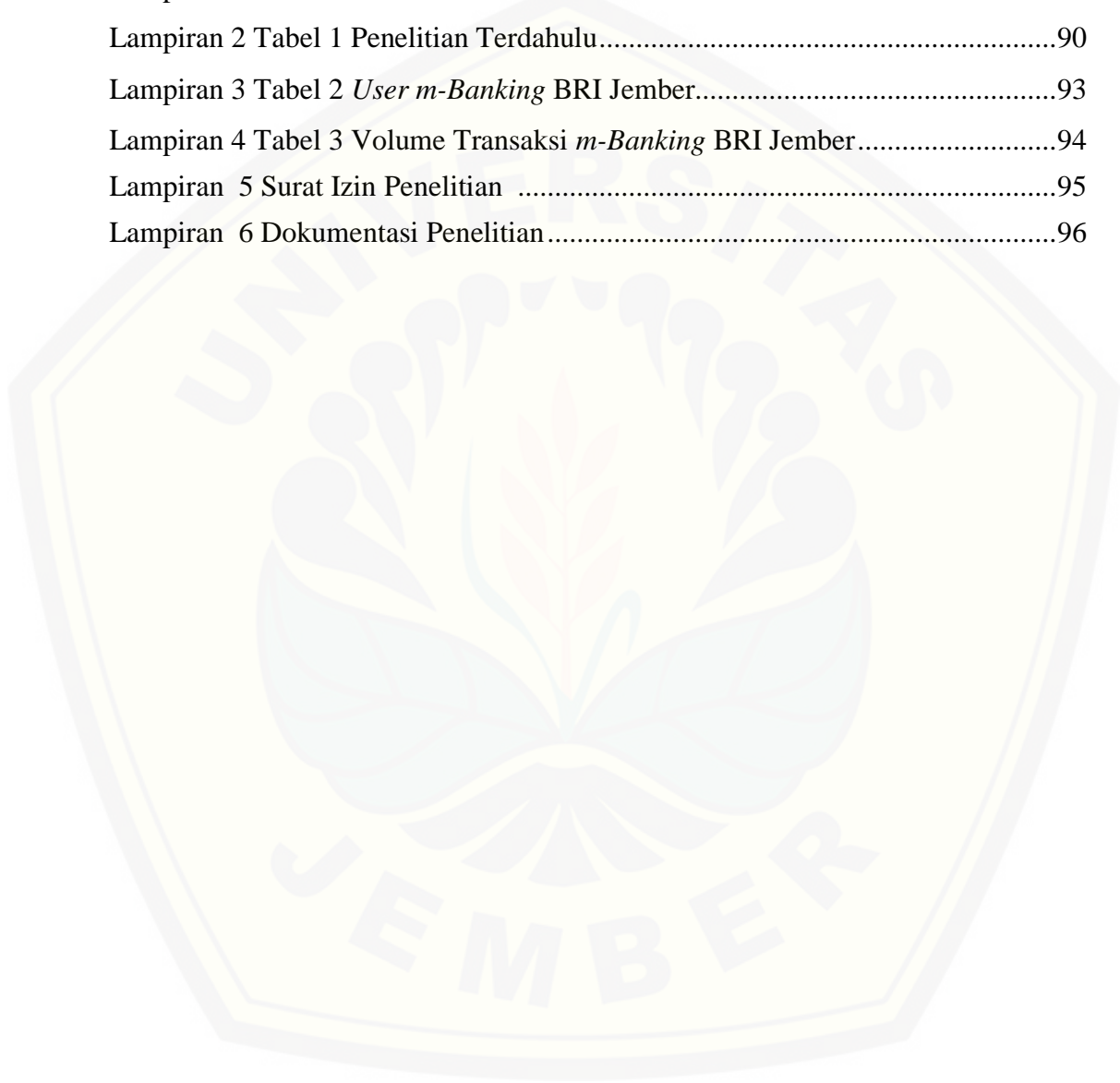
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan struktur organisasi BRI KCP Jember.....	16
Gambar 2.2	Fokus Penelitian.....	43
Gambar 3.1	Bagan Penelitian Kualitatif.....	45
Gambar 3.2	Bagan Analisa Data Interaktif.....	53
Gambar 4.1	Bagan penelitian layanan <i>m-Banking</i> BRI KCP Jember.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Informan BRI KCP Kota Jember.....	88
Lampiran 2 Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	90
Lampiran 3 Tabel 2 <i>User m-Banking</i> BRI Jember.....	93
Lampiran 4 Tabel 3 Volume Transaksi <i>m-Banking</i> BRI Jember.....	94
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	95
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	96



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat di dunia, teknologi informasi memegang peranan yang sangat penting. Teknologi informasi mengubah pola kehidupan masyarakat, perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global.

Teknologi informasi semakin menemukan tempatnya dengan munculnya internet (Wong, 2010). Internet merupakan salah satu penemuan yang berharga, internet bisa memudahkan pemenuhan kebutuhan manusia baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan pendukung. Contoh sederhana, dengan digunakannya internet sebagai sarana pendukung dalam pemesanan tiket transportasi (pesawat dan kereta api), hotel, pembayaran tagihan telepon, listrik dan yang paling ngetren dewasa ini adalah belanja kebutuhan melalui *e-commerce*.

Menurut Kotler & Amstrong (2017) *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis untuk memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Pendapat lain Wong (2010) menyatakan bahwa *e-commerce* adalah proses jual beli dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Kemajuan sistem bisnis dengan sistem *e-commerce* membuat konsumen beralih dengan menggunakan metode pembayaran *non* tunai (*cashless*). Berdampak juga pada lembaga keuangan perbankan yang dituntut semakin inovatif dalam menyediakan jasa pembayaran *non* tunai berupa sistem transfer dan alat pembayaran berupa kartu elektronik (*electronic card*) dan *Mobile Banking*, karena bersifat aman, cepat, efisien. (Sugih, 2016).

Perbankan melihat potensi besar, menguntungkan dan menjanjikan jika dibidang *e-commerce*, sehingga berlomba memberikan fasilitas dan program pada para nasabahnya untuk melakukan transaksi keuangan secara *non* tunai. Maka kemudian munculah layanan *mobile banking* yang disediakan oleh perusahaan perbankan (Kurniawan, 2013).

Layanan nasabah dengan menggunakan teknologi informasi atau yang dikenal dengan *Mobile banking (m-Banking)* merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam dunia perbankan. *M-Banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh perbankan bagi nasabahnya untuk kenyamanan, fitur yang efektif efisien serta menghemat waktu (Sugih, 2016). Menggunakan *m-Banking*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi.

M-Banking ini merupakan bagian dari layanan *e-Banking*. Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *m-banking* relatif sangat cepat. Karena kehadirannya dianggap menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat modern yang sangat *mobile*. Beberapa waktu kedepan *m-Banking* diprediksi akan menjadi layanan perbankan yang strategis dan *urgen* sehingga harus ditawarkan oleh seluruh bank dan institusi keuangan.

Salah satu Bank penyedia layanan *m-Banking* adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) melalui *BRI Mobile*. *BRI Mobile* merupakan suatu aplikasi yang mengintegrasikan layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *T-Bank*, *Brizzi* dan terdapat menu tambahan yakni Info BRI, dan *Call BRI*. Pengguna layanan *mobile banking* mencapai 12 juta pengguna dengan total transaksi mencapai Rp 62 triliun (Kusuma, 2015). BRI membidik pertumbuhan dari transaksi di seluruh segmen, seperti dari *transaction banking* atau *trade finance* di segmen korporasi, agen Brilink di segmen Mikro serta *e-channel*, serta *mobile banking* dan *internet banking* di segmen *consumer* (Kontan, 2019).

Berdasarkan laporan tahunan TOP Brand, layanan *m-Banking* BRI menduduki urutan ke-3 dalam *Top Brand Award m-Banking* dengan *market share* 11,5%. Kalah jauh dari peringkat pertama *m-Banking* BCA dengan *market share* 49,4% dan *m-Banking* Mandiri dengan *Market share* 21,2%. Rendahnya penggunaan *m-Banking* disebabkan masih mempunyai banyak kekurangan, keluhan/ketidakpuasan dari nasabah yang tidak *terhandle*, fitur yang sulit dioperasikan. Semua bisa menyebabkan penggunaan *m-Banking* yang rendah (Sukirno, 2014). Inilah yang diasumsikan terjadi pada BRI Kantor Cabang Pembantu Jember. Respon BRI ini menunjukkan bahwa nasabah masih enggan

menggunakan layanan *m-Banking* padahal disisi lain *m-Banking* meningkatkan efisiensi perusahaan dan memudahkan konsumen bertransaksi *real time*, sehingga dapat berjalan efektif dan efisien.

BRI Kantor Cabang Pembantu Jember terletak di jalan Hayam Wuruk No. 16, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Kantor cabang pembantu ini mempunyai kode *branch* (unit kerja) 2203. Penelitian ini dilakukan di BRI KCP Kota dikarena merupakan kantor cabang pembantu satu-satunya di pusat kota Jember. Jumlah nasabah yang banyak merupakan peralihan nasabah BRI Cabang Alun-Alun yang mbludak diarahkan untuk melakukan aktivasi di BRI KCP Jember. Nasabah yang melakukan aktivasi *e-Channel* akan mendapatkan beberapa *merchandise* gratis, untuk nasabah yang mengalami kendala akan segera ditindak lanjuti dengan mengisi *form* keluhan nasabah dan langsung mendapatkan nomor pengaduan nasabah, untuk aktivasi baru akan dipercepat daftar tunggunya tanpa perlu lama menunggu antrian.

Berdasarkan observasi pendahuluan, peneliti mencatat terdapat beberapa keluhan yang dirasakan nasabah diantaranya adalah pin yang gampang terblokir, jaringan yang mudah *error* sehingga transaksi dapat terhambat, biaya sms yang tinggi untuk para pebisnis, dapat dengan mudah diakses oleh orang lain apabila nasabah lupa untuk *log off*, dan untuk beberapa *handphone* tertentu ternyata aplikasi *m-Banking* membutuhkan pengaturan khusus yang membuat rumit penggunaannya, serta masyarakat Jember masih memiliki kekhawatiran yang besar menggunakan transaksi keuangan secara *online* yang biasa di lakukan secara *offline* dengan mendatangi kantor-kantor unit terdekat.

Beberapa kendala tersebut ada kendala yang lain yang dirasakan nasabah, yaitu apabila nasabah tersebut memiliki pengetahuan yang minim mengenai penggunaan teknologi, ini menyulitkan nasabah mengakses *mobile banking*, contohnya seperti nasabah yang tidak memiliki *email*. Keluhan lain adalah limitasi nominal transfer yang diberikan masih kurang besar bagi kalangan bisnis sehingga menyebabkan sistem transfer antar rekening menjadi terhambat. Semua menjadi *ironi* karena BRI terhitung sebagai salah satu bank komersial besar.

Hasil wawancara dengan pimpinan kantor cabang pembantu BRI Jember menyatakan bahwa Konsep yang akan dibangun BRI kedepan adalah *cashless* dan *easy access*. Karena kebutuhan masyarakat saat ini sangat tinggi untuk melakukan *E-Commerce* (jual beli *online*). Menurut data statistik, Sekitar 87 juta orang atau sepertiga populasi Indonesia berusia 16 hingga 35 tahun, dan sekitar 100 juta orang kini terdaftar di bank. Demografi ini tampak semakin terbiasa menggunakan *platform online* dalam bertransaksi keuangan di era digital. Jika dilihat dari masyarakat Jember yang mayoritas mahasiswa dari berbagai kota, para dosen/ tenaga pengajar lainnya *platform* ini sangat memadai untuk kebutuhan mereka. Biaya yang kecil sangat efisien untuk mereka melakukan transaksi keuangan melalui *smartphone* dan tidak perlu datang mengantri hanya untuk keperluan transaksi kecil.

Konsep BRI di atas hanya akan menjadi sia-sia jika BRI tidak mampu memperbaiki atau sekedar mengevaluasi layanan *e-Bankingnya* terutama layanan *m-Banking*. Kejadian tersebut akan memberikan dampak buruk bagi layanan *online* dan suatu saat dapat kembali ke sistem *offline*. Beberapa penelitian sebelumnya, peneliti juga menemukan adanya senjang penelitian (*research gap*) yang dapat dimasuki oleh peneliti, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut.

Ringkasan hasil penelitian *research gap* layanan *mobile banking* dari para penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian Priyastanti (2017) menunjukkan bahwa bermacam-macam kebutuhan nasabah yang belum terpenuhi oleh layanan *E-Banking* BNI Syariah cabang Kudus, seperti pembayaran BPJS, sering terjadi *error* jaringan, biaya SMS Banking yang mahal. Selain itu, Implementasi *E-Banking* di BNI Syariah cabang Kudus dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah menurut hasil penelitian sudah cukup efektif, yaitu menampung aspirasi dan keluhan nasabah.

Penelitian Kurniawati (2017) mengemukakan bahwa pengalaman, kompleksitas dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Hasil penelitian terakhir oleh Dewantara (2018), penelitian ini menemukan bahwa semakin seseorang percaya bahwa *mobile banking* mudah

untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

Dari penelitian-penelitian terdahulu di atas, peneliti menemukan bahwa lokasi penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu di atas. Selain itu penelitian Kurniawati (2017) dan Dewantara (2018) menggunakan metode kuantitatif dan lebih fokus pada mengapa nasabah berminat menggunakan layanan *m-Banking*, sedangkan untuk penelitian Priyastanti. Selain lokasi penelitian yang berbeda, institusi banknya juga berbeda. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis layanan *mobile banking* BRI kantor cabang pembantu Jember strategi pemasaran dan evaluasi program layanannya.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Layanan *mobile banking* nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember.”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti lebih lanjut oleh peneliti adalah **Bagaimana strategi BRI dalam menyempurnakan layanan *m-Banking* yang ditawarkan kepada nasabah sebagai produk yang dapat diadalkan oleh para nasabah untuk transaksi keuangan mereka?**

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang tertulis tersebut, maka tujuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah yaitu untuk menjelaskan strategi BRI dalam menyempurnakan layanan *m-Banking* yang ditawarkan kepada nasabah sebagai produk yang dapat diadalkan oleh para nasabah untuk transaksi keuangan mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

Terungkapnya permasalahan-permasalahan terkait penggunaan *m-Banking* BRI yang dihadapi nasabah dan upaya yang dilakukan BRI dalam merespons kendala dan keluhan masyarakat tersebut dalam kerangka strategi pelayanan

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum

2.1.1 Letak Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di BRI Kantor Cabang Pembantu Jember Jalan hayam Wuruk No. 16, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

BRI Kantor Cabang Pembantu Jember

Jl. Hayam Wuruk No. 16, Kec Kaliwates, Kab jember

Jember, Jawa Timur - 68132 Telepon : 0331-593887

Nama Bank : BRI KCP Jember

Kode Bank : 2203

Perusahaan : PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

LAYANAN:

- Kantor Cabang

- Kantor Cabang (Dalam Negeri)

Informasi Bank

Nama Bank : BRI KCP Jember

Provinsi : Jawa Timur

Wilayah : Jember

Informasi Alamat BRI Kantor Cabang Pembantu Jember – Alamat Kantor BRI Kantor Cabang Pembantu Jember - Nomor Telepon dan Kontak BRI Kantor Cabang Pembantu Jember.

2.1.2 Sejarah Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi).

Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia.

Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim). Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

2.1.3 Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia

Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia adalah sebagai berikut :

a. Visi

Adapun visi Bank Rakyat Indonesia adalah menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

b. Misi

Adapun misi Bank Rakyat Indonesia adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- 2) Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.
- 3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

2.1.4 Produk- Produk Bank Rakyat Indonesia

Produk- produk Bank Rakyat Indonesia meliputi produk simpanan dan pinjaman. Adapun Produk Simpanan adalah sebagai berikut:

a. Simpedes

Tabungan Simpedes ini merupakan simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah yang dapat dilayani di KC/ KCP/ BRI UNIT/ KAS yang penyetoran dan pengambilan tidak dibatasi baik frekuensi maupun jumlah sepanjang memenuhi aturan yang berlaku dengan setoran awal sebesar Rp100.000,-. Pembukaan Rekening Tabungan Simpedes BRI yang mudah dan praktis, di seluruh unit kerja BRI. Dilengkapi dengan BRI Card (Kartu BRI) yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Debit dengan fitur transaksi yang lengkap. Mendapatkan fasilitas *E-Banking* BRI (SMS Banking, Internet Banking, *Mobile Banking*, SMS Notifikasi, dll.)

b. Britama

Merupakan tabungan untuk masyarakat yang memiliki keunggulan kartu debit berlogo *Master Card* dengan desain yang elegan dengan setoran awal Rp 250.000,- . Aksesibilitas Kartu ATM/Debit BRI di jaringan BRI, ATM Bersama, *Link, Prima, Cirrus, Maestro dan Master Card* baik di dalam maupun di luar negeri. Didukung oleh Fasilitas *e-Banking (mobile banking, Internet banking, sms notifikasi dll)*. Gratis asuransi kecelakaan diri kepada setiap nasabah dengan saldo minimum Rp 500.000,- berhak atas jaminan asuransi kecelakaan diri (*personal accident*) dengan nilai pertanggungan maksimal sebesar 250% dari saldo terakhir atau maksimum sebesar Rp.150.000.000,-. Fasilitas simpanan ini memiliki macam

1) BritAma Bisnis

Produk tabungan BRI yang diutamakan untuk digunakan dalam bisnis dengan memberikan keleluasaan lebih dalam bertransaksi, kejelasan lebih dalam pencatatan transaksi dan keuntungan yang lebih untuk menunjang transaksi kebutuhan bisnis nasabah.

2) Britama X

Produk tabungan dengan desain kartu debit khusus yang elegan untuk anak muda kisaran umur 17-35 tahun, dengan saldo awal Rp 100.000,-. Memberikan beragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas *e-banking* dan sistem *real time online* yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi 24 jam.

3) Britama Rencana

Tabungan investasi dengan setoran tetap bulanan yang dilengkapi dengan fasilitas perlindungan asuransi jiwa bagi nasabah.

4) Britama Valas

Tabungan dalam mata uang asing yang menawarkan kemudahan transaksi dan nilai tukar yang kompetitif. Tersedia dalam 10 jenis *currency* meliputi USD, AUD, SGD, CNY, EUR, AED, HKD, JPY, SAR dan GBP.

c. Giro

Giro BRI adalah sebuah produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan warkat cek/bilyet giro. Kemudahan bertransaksi setiap saat dengan mempergunakan Cek dan Bilyet Giro BRI. Mendapatkan kartu ATM kartu Giro (Perorangan dan Badan Usaha). Kartu ATM giro ini juga mendapatkan fasilitas *e-Banking* dan fasilitas pengiriman rekening koran ke alamat email nasabah. Produk simpanan giro ini juga mempunyai macam, yaitu:

1) GiroBRI Rupiah

Jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan warkat (Cek/Bilyet Giro), kartu ATM atau surat perintah lainnya.

2) GiroBRI Valas

Jenis simpanan dalam mata uang asing yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan surat perintah penarikan yang telah ditentukan oleh BRI.

d. Britama Junio

Merupakan produk Tabungan BRI yang ditujukan khusus kepada segmen anak dengan fasilitas dan fitur yang menarik bagi anak. Kemudahan bertransaksi di lebih dari 9.500 Unit Kerja BRI dan 18.000 ATM BRI seluruh Indonesia. Aksesibilitas Kartu Debit BRI di jaringan BRI, ATM Bersama, Link, dan Prima. Fasilitas *E-Banking* BRI (SMS Banking, Internet Banking, *Mobile Banking*, SMS Notifikasi, dll). terdapat fasilitas transaksi otomatis *Automatic Fund Transfer* (AFT) fasilitas untuk mentransfer dana dari Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan nasabah. Tabungan ini dibedakan menjadi 2 sistem transaksi yaitu: Sistem *Bundling* untuk Usia nasabah <12 Tahun yang belum memiliki identitas mengharuskan mendebet transaksi dari tabungan orang tua setiap bulan dan sistem *Non-Bundling* untuk nasabah yang sudah memiliki kartu identitas dalam sistem ini nasabah tidak perlu melakukan debet otomatis dari tabungan orang tua.

e. Tabungan BRI Simpel

Tabungan untuk siswa/pelajar yang diterbitkan oleh Bank BRI dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

f. TabunganKu

TabunganKu adalah produk simpanan untuk nasabah perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia yang bertujuan untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat tetapi tanpa fasilitas ATM.

g. Deposito

Produk simpanan Deposito mempunyai dua macam

1) Deposito Rupiah

Simpanan berjangka dalam mata uang Rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga yang menarik dan beragam keuntungan lainnya.

2) Deposito Valas

Simpanan berjangka dalam mata uang asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga menarik dan beragam keuntungan lainnya.

2.1.5 Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab Pekerjaan

Organisasi Kantor Cabang Pembantu dibentuk saat kantor ini didirikan pada Juli 2012. Terkait hal tersebut terdapat struktur organisasi dan tanggung jawab pekerjaan. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- a. Pemimpin Cabang Pembantu (PincaPem) memiliki tugas dan tanggung jawab selaku pimpinan tertinggi di kantor cabang pembantu, pimpinan cabang pembantu mengkoordinir seluruh kegiatan agar terarah dan dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

- b. *Supervisor* (SPV) memiliki tugas dan tanggung jawab Menyetujui tambahan kas awal Teller/TKK (Tim Kurir Kas), membuku dan mendistribusikan uangnya kepada Teller/TKK. Memelihara kerjakan Register Kas Supervisor. Memantau prosedur operasional sebagai seorang manager cabang pembantu, tugasnya bukan hanya mengawasi kegiatan operasional perbankan, namun SPV juga harus memantau prosedur operasional dalam hal manajemen resiko. SPV cabang pembantu bukan hanya memerintah bawahannya saja, namun SPV cabang pembantu juga wajib memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawannya, baik masalah dengan nasabah ataupun masalah dengan sesama karyawan.
- c. *Account Officer* (Comercil) Inti dari tugas seorang *Account Officer* adalah melakukan pemasaran produk perbankan, terutama produk yang berkaitan dengan kredit. Untuk itu sebelumnya seorang calon AO harus mengetahui dengan baik dan benar apa itu kredit/kegiatan kredit.

Menjadi seorang *Account Officer* juga membutuhkan ketrampilan yang sangat kompleks, mengingat seorang *Account Officer* (AO) harus menguasai kemampuan marketing/ sales sekaligus analisis kredit yang cukup matang. Disamping itu seorang AO juga harus bisa memperhitungkan tingkat resiko yang akan/ kelak terjadi sekaligus tingkat pengembalian/ pembayaran. Pertama yang dapat dilakukan oleh seorang *Account Officer* adalah ;

- 1) Mengetahui detail dan jenis bidang usaha calon debitur
- 2) Karakter calon debitur
- 3) Mengetahui tentang history usaha debitur
- 4) Mengetahui tujuan permohonan kredit
- 5) Mengetahui dokumen-dokumen apa saja yang diperlukan saat pengajuan kredit
- 6) Mengetahui analisa terhadap data-data keuangan calon debitur
- 7) Mengetahui cara menganalisa coverage jaminan

8) Mengetahui tingkat kompetisi usaha calon debitur

Kemudian setelah mengetahui seluk bisnis, dan beberapa point tersebut diatas, kemampuan selanjutnya yang dituntut dari seorang *account officer* adalah menuangkan segala hal yang diketahuinya tersebut kedalam memorandum usulan kredit yang ditujukan kepada panitia kredit / *credit committee*.

d. Funding Officer (FO) adalah posisi karyawan yang bertugas menghimpun dana nasabah dalam bentuk tabungan, bank adalah sebagai tempat menyimpan dan berinvestasi, nasabah memiliki keuntungan berupa bunga dan keamanan uangnya, selain itu nasabah juga dapat melakukan transaksi pembayaran dengan mudah lewat tabungan.

Adapun Fungsi *Funding Officer* (FO) :

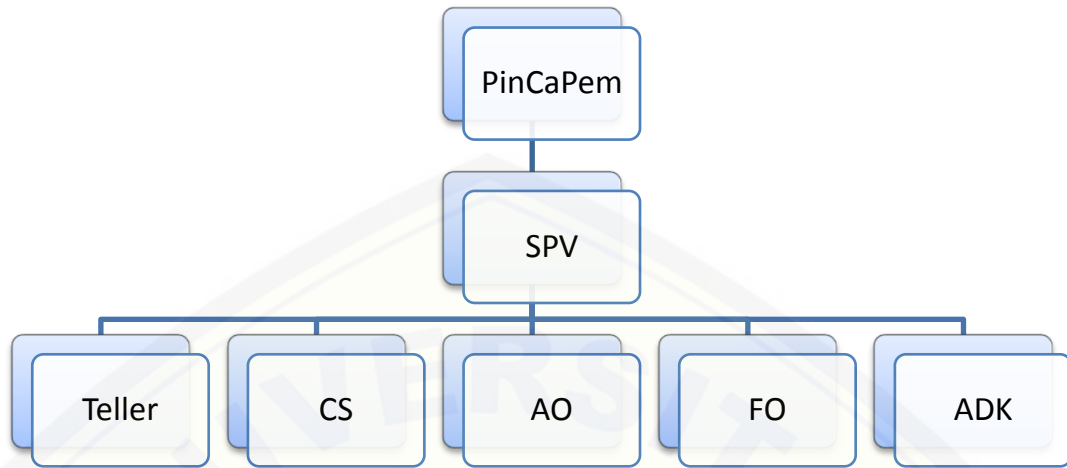
- 1) *Funding Relation Officer* : Fungsi *Funding Officer* sebagai orang yang membina hubungan dengan nasabah agar tetap bertahan dan tetap menyimpan dana di bank tersebut
 - 2) Fungsi *Comunicator* : Fungsi *Funding Officer* sebagai orang yang menyampaikan informasi berkaitan dengan produk – produk perbankan.
- e. Teller* adalah karyawan sebuah bank yang berhubungan langsung dengan sebagian besar pelanggan. Di beberapa tempat, karyawan ini dikenal sebagai kasir atau perwakilan pelanggan. Pekerjaan *teller* membutuhkan pengalaman yang berkaitan dengan penanganan uang tunai. Sebagian besar bank memberikan pelatihan *on-the-job* untuk pelatihan menjadi seorang *teller* ini. *Teller* dianggap sebagai "garis depan" dalam bisnis perbankan karena mereka adalah orang-orang pertama yang berkaitan langsung dengan pelanggan bank.
- f. Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan dapat melakukan "One Stop Service", artinya nasabah cukup

menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan Bank. *Customer Service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa akan kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhinya. Kedudukannya sebagai *centre* dan *contact point* antara bank dengan nasabah.

g. ADK (*Comercial*)

Tugas dan tanggungjawab bagian ADK diantaranya:

- 1) Menerima, meneliti dan mencatat setiap permohonan kredit sesuai dengan pasar sasaran, KRD dan KND guna menjamin pinjaman yang sehat, menghasilkan dan menguntungkan.
- 2) Menyiapkan dan mengisi formulir pengawasan/koordinasi ADK atas setiap permohonan kredit dalam rangka monitoring penyelesaian pemberian kredit oleh pejabat kredit lini.
- 3) Menyiapkan kredit yang akan jatuh tempo 3 (tiga) bulan yang akan datang dan melaporkannya kepada atasannya guna menjadi informasi pejabat kredit lini memproses perpanjangan yang akan jatuh tempo.
- 4) Membuat barkas 1 pinjaman dengan tertib/aman dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mengamankan kepentingan bank.
- 5) Membuat dokumen asuransi kredit, asuransi kerugian, asuransi jiwa yang berkaitan dengan kredit sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka mengamankan kepentingan bank. Berikut bagan struktur Organisasi:



Gambar 2.1: Bagan Struktur Organisasi BRI Kantor Cabang Pembantu
Jember Hayam Wuruk

2.1.6 Data Pengguna dan volume Transaksi *m-Banking* BRI

Pertumbuhan jumlah pengguna/*user* dan neraca volume transaksi merupakan suatu keniscayaan dan aspek yang terus diukur dalam dunia perbankan. Jumlah *user* yang terus meningkat menandakan tingkat kepercayaan nasabah yang juga tinggi terhadap bank dan layanannya. Volume transaksi yang stabil dan meningkat menandakan tingkat kualitas pelayanan bank yang optimal. Di bawah ini peneliti sajikan perkembangan pengguna layanan *m-Banking* BRI serta volume transaksi BRI Jember tahun 2017-2019.

Dilihat dari perkembangan user *m-Banking* BRI (Lihat lampiran 2), kita bisa menilai bahwa jumlah *user* terus meningkat, hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan & fasilitas *m-Banking* BRI baik dan memberi manfaat untuk nasabah. Pertumbuhan tersebut juga mengindikasikan bahwa ada upaya berkesinambungan dari BRI untuk terus meningkatkan standar pelayanan, edukasi serta promosi *m-Banking* BRI pada nasabah dan calon nasabah.

Neraca volume transaksi (lihat Lampiran 3) memang terlihat naik turun (Fluktuatif). Wajar karena dalam satu tahun ada momentum ekonomi yang kuat seperti lebaran dan menjelang lebaran, serta momentum ekonomi lemah. Hanya yang paling penting adalah rata-rata volume transaksi yang terus mengalami peningkatan di tiap tahunnya. (Pada 2017 rata-rata di kisaran 90.000, 2018 di kisaran 100.000 dan 2019 di kisaran 110.000).

Peningkatan jumlah user serta volume transaksi layanan *m-Banking* BRI karena fasilitas yang sangat baik serta fitur yang handal dari *m-Banking* BRI. Berikut wawancara dengan Ibu Rasti Nurwulandari sebagai *Supervisor* Layanan BRI KCP Kota Jember mengenai kelebihan serta keunggulan *m-banking* BRI sehingga terus membuat pengguna dan transaksi *m-Banking* BRI meningkat yang peneliti artikan.

Pertumbuhan pengguna dan volume transaksi *m-Banking* BRI tidak lepas dari:

- 1) Semua transaksi keuangan lewat *m-Banking* dijamin keamanannya karena dilengkapi dengan PIN. Dilengkapi dengan *m-Token* sebagai kode

pengaman tambahan yang diberikan kepada pengguna internet banking untuk dapat melakukan transaksi keuangan.

- 2) Aplikasi ini mendukung fitur daftar pembayaran. Fitur ini sangat berguna bagi nasabah yang secara rutin melakukan pembayaran tagihan ataupun pembayaran lainnya melalui rekening BRI. Cukup simpan daftar pembayaran di fitur ini dan selanjutnya nasabah tidak perlu lagi memasukkan data-data yang diperlukan.
- 3) *M-Banking* BRI menyediakan fasilitas Daftar Transfer. Fitur ini sangat berguna bagi yang secara rutin harus mengirim sejumlah dana ke nomor rekening BRI maupun *non-BRI*. Nasabah juga lebih mudah melakukan transfer karena tidak perlu lagi mengisi nomor rekening tujuan yang sama berulang kali.
- 4) Keamanan transaksi lebih dipermudah dengan adanya fitur Notifikasi transaksi. Fitur ini merupakan fitur opsional yang dapat digunakan untuk menyimpan notifikasi transaksi bagi nasabah. Terlebih dahulu nasabah mendaftarkan nomor *handphone* tersebut kepada *customer service*.
- 5) Pemberian edukasi layanan dan promosi yang aktif kepada nasabah, serta berkesinambungan dan terarah.

2.1.7 Penggunaan Layanan *M-banking* BRI

Registrasi layanan *m-Banking* BRI maka nasabah diwajibkan mempunyai rekening atas nasabah itu sendiri, nasabah datang sendiri membawa buku tabungan, tidak dapat di wakilkan dengan alasan apapun, mempunyai ATM dengan nama nasabah yang bersangkutan, yang terpenting membawa KTP adalah syarat wajib bagi setiap nasabah. Nomor *handphone* yang akan didaftarkan sebaiknya nomor *handphone* yang paten. Dimaksudkan agar nasabah tidak kebingungan saat mendapatkan sms notifikasi serta *m-Token* saat melakukan transaksi.

Adapun fasilitas yang dimiliki *mobile banking* BRI dengan berbagai macam jenis yang berbeda pada masing masing fasilitas, diantaranya dengan penjelasan lebih lengkap sebagai berikut:

a. Fasilitas Transfer:

m-Banking BRI memiliki 2 jenis transfer yaitu transfer ke sesama BRI dan transfer ke bank lain, untuk transfer pada bank lain tentu dikenakan administrasi sebesar 6.500 rupiah.

b. Fasilitas Isi ulang:

m-Banking BRI memiliki 4 jenis isi ulang, seperti isi ulang PULSA, BRIZZI, PLN, T-BANK, GO-PAY, dan semuanya dapat dilakukan dengan mudah pada aplikasi *m-Banking* BRI.

c. Fasilitas Pembayaran:

m-Banking BRI memiliki 16 jenis pembayaran, diantaranya melakukan pembayaran PLN, TELKOM, Kartu Kredit/kita, Telepon Seluler, Tiket, Pendidikan, DPLK BRI, Zakat, Infaq, Cicilan, TV Berbayar, PDAM, BRIVA, Pinjaman, Asuransi, dan Pegadaian.

d. Fasilitas Info:

m-Banking BRI memiliki 17 jenis Info, seperti Info Saldo, Info Mutasi, Info Poin, Info Kartu Kredit, Info Telkom, Info Telepon Seluler, Info Transfer, Info Tiket, Info Pendidikan, Info Cicilan, Info TV Berbayar, Info PDAM, Info BRIVA, Info DPLK BRI, Info Pinjaman, dan terakhir Info Asuransi.

e. Fasilitas Pelayanan Nasabah:

Dalam hal ini salah satu fitur keunggulan pada *m-Banking* BRI yaitu terdapat 3 jenis fasilitas pelayanan nasabah, seperti ganti PIN, *Enable Card*, dan *Disable Card*, kegunaan daripada *enable* dan *disable card* ini yaitu apabila terjadinya kehilangan pada kartu atm atau dicuri, maka akses pada kartu atm tersebut dapat kita *non* aktifkan dari jauh dengan menggunakan fitur *disable card* pada *m-banking*

f. Fasilitas *Mocash*:

MoCash adalah salah satu fasilitas yang terdapat pada *m-Banking* BRI yang melayani pembayaran transaksi belanja (*purchase*) oleh pelanggan (*customer*) kepada penyedia barang dan atau jasa (*merchant*) menggunakan telepon seluler. *m-Banking* BRI memiliki 2 jenis fasilitas *mocash*, yaitu *Mocash* BRI dan *Mocash* Pertamina LPG.

g. Fasilitas Informasi BRI:

m-Banking BRI memiliki 4 jenis fasilitas informasi, yaitu Info untuk mencari lokasi Top Up BRIZZI, info ATM untuk mencari lokasi ATM terdekat, Info Unit Kerja, dan Info untuk mencari lokasi *Merchant Pay*.

h. Fasilitas Contact BRI:

Fasilitas yang dapat memudahkan nasabah untuk terhubung kepada *callcenter* BRI dan jejaring sosial BRI, diantaranya ada 7 jenis fitur ini yaitu *Call* BRI, SMS, Telegram, Facebook, Twitter, Email, dan Web.

Peneliti mempelajari beberapa kelebihan dari layanan *m-Banking* BRI yang mempengaruhi nasabah loyal menggunakan layanan *m-Banking* BRI serta kekurangan/kelemahan dari layanan *m-Banking* BRI yang perlu dijadikan bahan evaluasi pihak BRI. Adapun kelebihan dari layanan *m-Banking* BRI untuk menambah daya tarik agar makin banyak nasabah yang memakai *m-Banking* adalah:

a. Kemudahan registrasi

Nasabah hanya perlu membawa e-KTP, buku tabungan dan ATM kepada *Customer Service* BRI unit terdekat. Registrasi tidak dapat diwakilkan oleh siapapun harus pemilik rekening itu sendiri atau pemilik rekening dapat didampingi saat registrasi. Nasabah kemudian mendownload aplikasi di *google store/play store*. Setelah itu mengikuti petunjuk-petunjuk sederhana dalam aktivasinya.

b. Kemudahan penggunaan

Fitur yang sederhana membuat *m-banking* melalui ponsel sangat mudah untuk dimengerti. Semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci

sehingga efektif dari segi biaya. Fasilitas *m-banking* mempunyai biaya yang rendah dibandingkan *online banking*.

c. Mempermudah transaksi

Relatif mudah dalam mendapatkan konektivitas. Memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan selama 24 jam selama terhubung dengan jaringan internet. Semua pembayaran dapat dilakukan hanya dalam satu aplikasi.

d. Menjamin keamanan

M-Banking BRI bisa mengurangi resiko penipuan karena nasabah akan mendapatkan SMS notifikasi ketika terdapat aktivitas debit / kredit pada rekening nasabah baik setoran, penarikan uang, atau transfer antar rekening.

e. Menghemat waktu

Transaksi yang dilakukan dengan *m-banking* BRI bisa berjalan hanya dengan hitungan detik, tanpa nasabah perlu ke ATM ataupun bank unit, sehingga tentu menghemat waktu. Apalagi jika membutuhkan transaksi yang segera dengan waktu yang terbatas. Melayani nasabah pada hari libur maupun hari besar.

f. Sesuai kebutuhan nasabah

Fitur-fitur yang ada dalam layanan *m-Banking* BRI dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah terutama yang bersifat umum. Misalnya transfer, pembelian *e-commerce*, pembayaran asuransi/kartu kredit, cek saldo dan lain sebagainya.

g. Edukasi yang berkesinambungan dari BRI

Edukasi dari BRI tentang *m-Banking* mengenai pemahaman, cara pemakaian, acaman keamanan yang mungkin dihadapi nasabah dan cara menghadapi masalah tersebut. Edukasi diberikan para *Frontliner* (*CS/Teller*) ketika nasabah menggunakan *m-banking*.

Namun demikian, walaupun layanan *m-banking* BRI dirancang sebaik mungkin tetap saja ada kelemahan. Diantaranya adalah:

a. Perbaikan sistem yang relatif lama

Perbaikan sistem (*maintance*) merupakan suatu keniscayaan, karena kerusakan bisa terjadi kapan saja. Perbaikan sistem *m-Banking* BRI dirasakan nasabah terlalu lama, sehingga mengganggu agenda transaksi-transaksi nasabah yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kepuasan nasabah. Disini BRI harus menemukan cara yang efektif dan efisien apabila layanannya (terutama layanan *m-Banking*) sedang bermasalah dan sedang perbaikan, sehingga memberi kepastian dan kenyamanan pada nasabah.

b. Beberapa fitur layanan yang perlu dilengkapi

Fitur layanan tambahan bersikap subjektif. Karena kebutuhan individual nasabah berbeda. Hanya tidak ada ruginya jika BRI mensurvei kebutuhan individual nasabah tersebut sehingga menjadi modal pengembangan dan penambahan produk dalam layanan *m-Banking* BRI, seperti layanan *top-up* listrik atau *e-commerce*, tarik tunai, serta kebutuhan para nasabah kreditur.

2.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa

a. Pengertian Jasa

Lovelock dan Wirtz (2011) mendefinisikan jasa (*service*) menjadi kegiatan ekonomi yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, dalam jangka waktu tertentu (*time based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performance*) yang akan membawa hasil yang diinginkan oleh penerima, objek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli, sebagai pertukaran dari uang, waktu, dan upaya, konsumen jasa mengharapkan mendapatkan nilai (*value*) dari suatu akses dari barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu tetapi para konsumen biasanya tidak akan mendapatkan hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.

Jasa dapat juga diartikan sebagai sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, karena jasa diartikan sebagai perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain berupa layanan atau *service*.

Jasa juga diartikan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal (*Personal Service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya seperti bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas, dan lain-lain. (Tjiptono dan Chandra, 2011).

BRI selaku penyedia jasa perbankan menawarkan kenyamanan dan kemudahan dari produk tabungannya berupa kecanggihan teknologi informasi melalui media internet untuk dapat diakses secara pribadi oleh masing-masing nasabah selama 24 jam, selama nasabah tersebut terhubung dengan jaringan internet. Dunia perbankan dalam era globalisasi ini masuk dalam kategori industri jasa.

b. Karakteristik Jasa

Para praktisi bisnis, terutama yang mengangut paham *street entrepreneur* sering mengabaikan pengetahuan dasar tentang karakteristik jasa atau barang yang dijual. Mereka menganggapnya hanya sekedar teori untuk konsumsi kaum akademisi saja. Mengenali sifat atau karakteristik jasa sangat penting sebagai dasar dalam menyusun desain program pemasaran yang tepat sasaran. Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkapkan bahwa jasa memiliki empat karakteristik menurut Lovelock dan Wirtz (2011) yaitu yang membedakan barang dan jasa yang dinamakan paradigma IHIP: *Intangibility, Heterogeneity, Inseparability, dan Perishability*.

1. *Intangibility*

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Contohnya, seorang nasabah BRI tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri. Bila nasabah menggunakan layanan jasa tertentu, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

2. *Heterogeneity*

Jasa bersifat *Heterogeneity* karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Sebagai contoh, dua orang nasabah yang datang ke BRI yang sama dan meminta mengaktifkan layanan *m-Banking*, tetapi salah satu dari nasabah tersebut ada yang melakukan *miscommunication* dalam pengoprasian *m-Banking*.

3. *Inseparability*

Jasa bersifat *inseparability* artinya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Tetapi barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sebagai contoh, BRI tidak dapat mengaktifkan layanan *m-Banking* tanpa kehadiran nasabah dengan membawa persyaratan.

4. *Perishability*

Jasa bersifat *perishability* artinya jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Sebagai contoh, seorang nasabah BRI lupa melakukan *log off* pada *m-Banking* maka otomatis dalam hitungan menit akan otomatis terkunci, sehingga perlu melakukan registrasi ulang kepada *Customer Service* di BRI terdekat.

Karakteristik utama dari jasa adalah tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli, kemudian jasa juga tidak dapat disimpan, dan jasa memiliki banyak variasi bentuk, kualitas serta jenis tergantung pada pengguna jasa (nasabah) tersebut dijual, hal ini disebabkan oleh kebutuhan nasabah yang berbeda-beda, sehingga fitur yang digunakan telah disesuaikan dengan permintaan nasabahnya.

2.3 Pengertian Bank

Apabila ditelusuri sejarah dari terminologi “bank”, maka ditemukan bahwa kata bank berasal dari bahasa Italia “*banca*”, yang berarti *bance*, yaitu suatu bangku tempat duduk. Sebab pada masa zaman pertengahan, pihak bankir Itali yang memberikan pinjaman-pinjaman melakukan usahanya tersebut dengan duduk dibangku-bangku di halaman pasar (Lubis, 2010). Masyarakat modern saat ini seperti tak bisa terlepas dari peran pentingnya perbankan. Mulai dari menyimpan, meminjam, hingga melakukan transaksi-transaksi keuangan, semuanya menggunakan jasa bank sebagai perantara. Pengertian produk bank disampaikan lain oleh Malayu (2016), yakni:

1. Bank adalah badan usaha kekayaan terutama didalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) dan juga bermotifkan profit serta sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.
2. Bank ialah pencipta dan juga pengedar uang kartal. Pencipta serta pengedar uang kartal (uang kertas dan juga logam) merupakan otoritas tunggal dari bank sentral (Bank Indonesia), sedangkan uang giral dapat diciptakan dengan bank umum.

3. Bank adalah pengumpul dana dan juga penyalur kredit, berarti bank dalam operasinya tersebut mengumpulkan dana kepada SSU dan juga menyalurkan kredit kepada DSU.
4. Bank selaku pelaksana lalu lintas pembayaran (LLP) berarti Bank menjadi pelaksana penyelesaian pembayaran transaksi komersial ataupun finansial dari pembayar kepada penerima. Lalu lintas pembayaran diartikan ialah sebagai proses penyelesaian transaksi komersial atau finansial dari pembayar kepada penerima melalui media suatu bank.
5. Bank selaku Stabilisator moneter yakni bank mempunyai suatu kewajiban yang ikut serta menstabilkan nilai tukar uang, nilai kurs, ataupun harga barang-barang relatif stabil atau juga tetap, baik itu secara langsung ataupun dengan melalui mekanisme Giro Wajib Minimum (GWM) Bank, Operasi Pasar Terbuka, maupun kebijakan diskonto.

Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2014). Bank BRI merupakan lembaga keuangan yang sahamnya dimiliki sebagian atau sepenuhnya oleh pemerintah. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas.

Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang masih digunakan sampai dengan saat ini. (bri.co.id, 2019)

2.4 Produk Jasa Pada Bank Konvensional

Suatu bank mempunyai produk yang memudahkan para nasabahnya dalam hal bertransaksi dan ikut mengetahui perputaran uangnya sendiri secara transparan, tanpa ada yang ditutupi. Jasa perbankan diberikan untuk mendukung kelancaran menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung dengan simpanan dan kredit. Kegiatan pengumpulan dana biasanya dilakukan oleh pihak marketing bank, dengan cara menawarkan berbagai jenis produk simpanan yang bisa dilakukan calon nasabah bank. Menurut Kasmir (2014), dilingkungan perbankan di Indonesia sendiri terdapat beberapa produk yang disediakan oleh bank, seperti:

1. Simpanan Giro (*Demand Deposit*) yaitu simpanan pihak ketiga kepada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.
2. Simpanan Deposito (*Time Deposit*) adalah simpanan dari pihak ketiga kepada pihak bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan
3. Tabungan (*Saving*) adalah dana yang dipercayakan masyarakat kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati yang tidak dapat ditarik dengan cek
4. *Clearing* adalah merupakan penagihan warkat/surat-surat berharga seperti: cek, bilyet giro yang berasal dari dalam/luar kota. Proses penagihan lewat kliring hanya memakan waktu 1 (satu) hari. Besarnya biaya penagihan tergantung dari bank yang bersangkutan.
5. *Safe Deposit Box* (SDB) adalah istilah *safe* loket jasa pelayanan ini memberikan layanan penyewaan box atau kotak pengaman tempat menyimpan surat-surat berharga atau barang-barang berharga milik nasabah.
6. *Credit Card* (Kartu Kredit) adalah kartu yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran, yang pelunasan tagihannya dapat dilakukan secara bertahap atau dicicil, kepada pemegang kartu kredit ditentukan jumlah batas kreditnya
7. Kredit adalah semua jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bunganya oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Kegiatan tersebut sangat banyak memberikan keuntungan bagi pihak bank maupun nasabah, bahkan dengan keuntungan yang diperoleh oleh bank akan membuat bank tersebut semakin besar, karena kelengkapan fasilitas dan pelayanan yang dimiliki bank akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para calon nasabah bank tersebut.

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank untuk memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya yang bersumber dengan penggunaan dana. Keadaan akan jauh berbeda jika nasabah menyimpan uang di bank. Segi keamanan, tentu saja sangat bisa dipertanggung jawabkan. Pertama, nasabah bisa merasa tenang karena uang disimpan oleh lembaga yang bisa dipercaya dan memperoleh izin serta diawasi oleh pemerintah dalam pengelolaannya. Kedua, walaupun bank tempat nasabah menabung terjadi kebangkrutan atau dicabut izin usahanya oleh otoritas, maka simpanan uang nasabah masih tetap dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). LPS hadir di Indonesia sejak tahun 2005 untuk memberikan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan. Saat ini, semua bank yang beroperasi di Indonesia telah menjadi peserta penjaminan LPS, baik bank konvensional maupun bank syariah. Nilai simpanan yang dijamin oleh LPS maksimal sebesar Rp 2 Miliar per nasabah per bank.

2.5 Teknologi Informasi dalam Dunia Perbankan

Peran teknologi informasi bagi dunia perbankan sangatlah penting dan tidak akan pernah dapat dipisahkan, karena hampir dari setiap aspek perbankan mengandalkan teknologi informasi. Teknologi informasi ini mencakup sebuah perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang dapat berwujud sebuah komputer atau perangkat lainnya yang digunakan dalam operasional kegiatan perbankan. Pegawai bank yang akan mengoperasikan komputer serta perangkat-perangkat tersebut agar berjalan sesuai dengan keinginan. Sebuah contoh sederhana salah satu dari pemanfaatan teknologi informasi yakni pengambilan uang tunai melalui ATM.

Alghifari (2015) mengatakan Teknologi informasi ikut mewarnai dunia perbankan, kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang bank yang berada dimana saja. Sistem ini dilengkapi dengan mesin - mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*, yang selanjutnya disebut ATM.

Perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Pelayanan seperti halnya *electronic banking (e-banking)* misalnya melalui ATM, *phone banking* dan *Internet Banking*, merupakan bentuk-bentuk baru dari pelayanan bank yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi yang berdasarkan teknologi. Tujuan dari *E-banking* adalah sebagai sarana penyedia *multi channel* dan juga dapat menghemat biaya transaksi bank, nasabah lebih bebas, mudah, cepat dan aman bertransaksi 24 jam dimanapun nasabah berada selama terkoneksi dengan jaringan internet.

2.6 Pengertian Nasabah

Nasabah menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah orang yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman kepada pihak bank/pelanggan. Nasabah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berhubungan langsung dengan kinerja pada BRI Cabang Pembantu Jember.

Siagian menyatakan (2014) sebagai kerahasiaan suatu perusahaan perbankan proses penyimpanan informasi terkait dengan nasabah merupakan bagian terpenting dan dilindungi oleh peraturan perbankan. Terdapat empat pertimbangan utama, yaitu keamanan informasi, kerahasiaan informasi, biaya penyimpanan informasi, dan akses terhadap informasi jika diperlukan.

- a. Keamanan informasi, yaitu menjaga agar informasi yang dihasilkan terhindar dari berbagai kemungkinan kerusakan, misalnya kerusakan data diri nasabah. Keamanan dari pencurian data informasi dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

- b. Kerahasiaan informasi, yaitu berkaitan erat dengan keamanan informasi adalah kerahasiaannya. Semua perusahaan perbankan memiliki informasi yang bersifat "rahasia". Informasi data diri nasabah, nilai nominal saldo, transaksi terakhir, dan informasi keuangan lainnya.
- c. Biaya penyimpanan informasi, yaitu biaya informasi merupakan faktor efisiensi yang harus diperhatikan perusahaan, terutama yang besar dan banyak informasi yang terakumulasi berbarengan dengan perjalanannya waktu.
- d. Akses kepada informasi, yaitu berbicara akses informasi keuangan pada perbankan khususnya *m-Banking* mempunyai dua hal. Pertama, setiap nasabah berhak mengakses segala transaksinya setelah membuat *account* dan *password* yang telah didaftarkan pada *customer service*. Kedua, sistem mengakses informasi tersebut harus pula mengandung jaminan bahwa informasi tersebut tidak mungkin atau sangat sulit untuk diakses mereka yang tidak berhak.

Nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank. Penghimpunan dana dan pemberian kredit merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan Pasal 1 angka (16) UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah yaitu nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Dunia perbankan, setiap orang yang memiliki rekening dalam suatu bank, orang yang menggunakan jasa penyimpanan benda pada bank dan termasuk juga pengiriman rekening antar bank, seperti *letter of credit*, melakukan permohonan kredit untuk kepentingan nasabah. *Customer* (Nasabah Langgan) suatu pihak (orang atau perusahaan) yang mengatakan deposito atau memiliki rekening koran atau hal-hal serupa lainnya pada sebuah bank. Istilah untuk ini lebih tepat "Nasabah" (Sudarsono dan Edilius, 2010).

2.7 Mobile Banking (m-Banking)

2.7.1 Pengertian Mobile Banking (m-Banking)

Pengertian *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *m-Banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *m-Banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Adanya layanan *m-Banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Hanif, dkk. 2017). *M-Banking* layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile Banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-Banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*.

Melalui adanya *handphone* dan layanan *m-Banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Menurut Hutabarat (2010) dalam Tirtana dan Sari (2014) *mobile banking* yaitu sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. Fasilitas *m-Banking* ini menghemat waktu juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *m-Banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain.

Mobile banking secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi 3 golongan (Nasihul, 2018), yaitu:

a. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Di dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server *hosting* situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah perubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah *deface*). Tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

b. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, *trojan*, dan lain-lain.

c. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke *server* utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar

dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke *account* di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

Fasilitas *m-Banking* dapat digunakan semua nasabah yang memiliki ponsel yang telah didaftarkan dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja dengan syarat ada akses internet/jaringan selama 24 jam. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *m-Banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. *m-Banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*.

2.7.2 Jenis Mobile Banking

a. SMS Banking

SMS-banking merupakan layanan *mobile banking* yang paling awal ditawarkan oleh bank dengan menggunakan fasilitas SMS untuk melakukan transaksi *financial* dan meminta informasi *financial*. *SMS banking* memiliki fasilitas yang sama dengan internet banking. Melalui *SMS banking*, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas perbankan secara cepat karena dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun dengan menggunakan telpon seluler. Keamanan SMS-banking dapat dikatakan lebih aman dibanding dengan internet banking. Pada internet banking, jika seseorang mengetahui *user id* dan *password*, kegiatan perbankan dapat dilakukan dimana saja melalui komputer yang tersambung ke internet. Sebaliknya *SMS banking* dilindungi dengan proteksi keamanan maksimum, dimana layanan hanya bisa diaktifkan dengan mendaftarkan nomor telepon (kartu SIM) sebagai *user id*. Maka, nasabah luar tidak dapat melakukan kegiatan perbankan tanpa memiliki kartu SIM yang terdaftar.

b. *Mobile Internet Banking*

Mobile Internet banking adalah internet banking yang dilakukan melalui alat komunikasi. *Mobile internet banking* menggunakan konsep yang mirip yang digunakan dalam internet banking dan menjadi layanan perbankan yang populer yang digunakan oleh banyak orang diseluruh dunia berkat perkembangan dalam teknologi *mobile* dengan menggunakan *mobile internet banking*, nasabah dapat mengakses melalui *website* bank seperti halnya *internet banking*, tapi perbedaan pada *device* (alat) yang berfungsi sebagai medium dalam melakukan transaksi perbankan. Perbedaan dengan SMS-banking yang kadang mengharuskan nasabah untuk mengingat format sms untuk melakukan transaksi, *mobile internet banking* menawarkan pengalaman yang *user friendly*. Pengertian keamanan, tidak ada perbedaan mendasar antara *internet banking* dan *mobile internet banking* yang keduanya diamankan oleh *Secured Socket Layer* (SSL) 128 bit enkripsi. Selain menggunakan SSL, juga diamankan oleh user id dan PIN dan juga TAN Sistem, dimana *user id* dan PIN merupakan *username* dan *password* yang dibutuhkan untuk login di website dan TAN merupakan *one time password* untuk memvalidasi transaksi, biasanya dalam bentuk SMS token.

2.7.3 Fasilitas *Mobile Banking*

Adapun unsur-unsur yang dimiliki fasilitas terkait *m-Banking* adalah *m-Banking* BRI sendiri merupakan fasilitas perbankan yang merupakan bagian dari *BRI Mobile*. *BRI Mobile* merupakan fitur layanan Bank Rakyat Indonesia untuk memberikan pelayanan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia. Fitur *m-Banking* menggunakan fasilitas *online* atau dengan menggunakan *handphone*, tablet dan alat komunikasi lainnya. Menggunakan *m-Banking* dari Bank Rakyat Indonesia nasabah dapat melakukan transaksi perbankan sesuai kebutuhan kapanpun dan dimanapun. Nasabah juga dapat dengan mudah mendapatkan aplikasi layanan *m-Banking* Bank Rakyat Indonesia dengan mendownload aplikasinya di *Playstore* (pengguna Android) atau *App Store* (pengguna iOs) dan lainnya. Pengguna *m-Banking* diharapkan untuk lebih yakin dengan menggunakan *mobile banking* dapat mempermudah aktivitas perbankannya (Astika, 2017). *M-Banking* adalah

salah satu fitur teknologi yang berupa layanan bagi nasabah bank, yang memungkinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi *m-Banking* BRI pada *smartphone* nasabah yang digunakan untuk bertransaksi perbankan.

Laporan BRI (2015) dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:

1. Keamanan sistem *m-Banking*. Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem *online* merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.
2. Kemudahan suatu *website* untuk diakses. Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara *online* melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau *website* perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.
3. Privasi pengguna. Sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarkan dengan sengaja oleh perusahaan. Privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.
4. Keandalan layanan (layanan 24 jam). Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.
5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan. Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (*M-Banking*) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile*

banking. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking*nya.

6. Kecepatan koneksi jaringan. Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut.

Praktiknya fasilitas *mobile banking* menurut laporan BRI bahwa dampak dari kemajuan pesat teknologi komputer kepada perbankan terlihat dari adanya aplikasi yang dikeluarkan oleh pihak BRI. BRI sendiri juga sudah tersedia teknologi yang mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi. Salah satu teknologi yang dimiliki oleh bank yaitu *mobile banking*. Menggunakan *mobile banking* maka nasabah akan lebih dimudahkan dalam segala hal (Lusita, 2017), termasuk keamanan merupakan faktor terpenting dalam bertransaksi serta kemudahan aksesnya 24 jam membuat nasabah dapat bertransaksi sewaktu-waktu. Privasi yang dihadirkan hanya nasabah tersebut yang mengetahui *password* untuk mengaksesnya, kredibilitas BRI menjamin transaksi para nasabahnya. Kemudahan akses *website* BRI ditunjang dengan kecepatan koneksi jaringan setiap nasabah.

2.7.4 Manfaat Mobile Banking

a. Manfaat untuk Nasabah

Mobile banking adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur yang ada pada ponsel pintar (*smartphone*). Selintas layanan *mobile banking* ini serupa dengan layanan *sms banking*, namun pada kenyataannya *mobile banking* memiliki lebih banyak fitur dibandingkan dengan *sms banking*.

Manfaat utama dari *m-banking* terhadap nasabah adalah mobilitas. Mobilitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses layanan dari segala lokasi pada setiap saat melalui alat nirkabel seperti ponsel dan tablet. (Akmalia, 2012) melakukan studi pada individu yang sering melakukan perjalanan untuk

mengidentifikasi kebiasaan mereka menggunakan layanan, bank dan berbelanja. Menyimpulkan bahwa mobilitas pengguna tidak meningkat dengan menggunakan teknologi *mobile* tapi pergerakan menjadi berkurang ketika akses ke segala layanan tersedia melalui ponsel. Oleh karena itu bahwa mobilitas memberikan kebebasan waktu dan tempat

Manfaat lainnya adalah menjadi nirkabel. Nasabah mungkin menghargai kemampuan nirkabel karena untuk menggunakannya lebih mudah dan kurang biaya serta mengurangi kebutuhan kabel. Teknologi nirkabel tidak terlalu fleksibel dan hanya memiliki kapabilitas yang terbatas (Salehi dan Alipour, 2010).

Mobile banking menawarkan berbagai layanan untuk nasabah, mulai dari memeriksa saldo rekening, riwayat pembayaran, transfer ke rekening lain dan lain-lain dan kesemuanya melalui ponsel. Tidak perlu para nasabah untuk datang ke bank untuk melakukan kegiatan perbankan kecuali waktu mendaftar dan penarikan tunai. Menggunakan ponsel nasabah dapat menjangkau bank dan melakukan kegiatan perbankan dimana saja dan kapan saja yang terakses jaringan internet. Untuk isu keamanan, semua transaksi perbankan yang dilakukan oleh nasabah dienkripsi/disandikan untuk menjamin keamanan transaksi tersebut.

b. Manfaat untuk Organisasi/Bank

Manfaat utama menggunakan IT bagi organisasi adalah peningkatan produktifitas pengurangan biaya dan tenaga kerja serta peningkatan laba, bank yang pertama mengimplementasikan IT akan mendapatkan manfaat dari penampakan dengan memiliki merek yang lebih bersaing dan *market share* yang lebih besar (Salehi dan Alipour, 2010). Layanan *mobile banking* dapat menjadi sebuah keunggulan bersaing bagi bank untuk menarik nasabah mereka dalam menggunakan layanan bank. Memperkenalkan *mobile banking* terhadap nasabahnya, bank menciptakan sebuah sumber pendapatan melalui implementasi dari layanan keuangan yang inovatif.

Manfaat lainnya adalah peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan bagi pelanggan efisiensi pertukaran informasi bersama produk berstandar tinggi adalah keunggulan dari menerapkan TI dalam organisasi. Kebanyakan peneliti setuju dampak TI pada memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan

meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, pada penerapan teknologi *mobile* mempengaruhi kinerja organisasi memperlihatkan penggunaan teknologi *mobile* oleh organisasi membawa pada perbaikan proses kerja, peningkatan komunikasi dan berbagi pengetahuan serta peningkatan penjualan efektif dan pemasaran.

2.8 Kualitas Layanan

2.8.1 Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Lovelock (2011) kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. Feigenbaum menyatakan bahwa, kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*).

America Society for Control Quality dalam Ratnasari,dkk (2011) kualitas adalah keseluruhan dari ciri- ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuan untuk memahami kebutuhan- kebutuhan yang ditentukan atau bersifat laten. Pelayanan (Kasmir, 2014) ”diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Pendapat lain mengenai kualitas layanan Ratminto dkk (2010) merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun pendapat ini disampaikan oleh Kotler (2014). Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *Trust, Accuracy, Speed, Security (TASS)* yang telah dikembangkan oleh Lovelock (2011). *Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan (nasabah) dengan tata cara yang konsisten dalam suatu perusahaan jasa.

Metode *TASS* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima.

Kualitas pelayanan menurut Hasan (2010) yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan dengan persepsi kinerja produk jasa bank, *fleksibilitas respons* terhadap perubahan permintaan pasar (*flexibility to meet customer demands and market changes, responded to customer market*). Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan dan ini merupakan pekerjaan setiap orang (karyawan).

2.8.2 Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Gummesson dan Lovelock (Lovelock, 2004) dalam Aditya (2015) mengatakan didalam bukunya bahwa, ada empat faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TASS, Skala *TASS* meliputi empat dimensi kualitas jasa yaitu; *Trust, Accuracy, Speed, Security*:

Trust, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *m-Banking* BRI. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas/tinggi (*top management*) sampai dengan level terbawah (*staf*) terlihat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang disajikan oleh BRI adalah baik, menarik dan terawat. Gedung BRI yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, berikut interior yang elegan dan suasana yang nyaman, hal tersebut memberikan kepercayaan bagi nasabah.

Accuracy, yaitu kecepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *m-Banking*. Kemampuan BRI memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten serta ini memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

Speed, yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *m-Banking*. Kemauan dari segenap warga BRI untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen sudah bagus, hanya saja di beberapa kejadian BRI memang terlihat kuran sigap, misalnya *maintenace* yang lama dan berlarut-larut. Padahal, setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

Security, yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *m-Banking*. Kemampuan BRI untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen sudah baik dengan adanya pengajuan pertanyaan yang tepat dan penjelasan yang akurat terlebih dahulu mengenai mekanisme dan prosedur sebuah transaksi sebelum nasabah melakukannya.

2.8.3 Pelayanan Pelanggan

Kita semua harus dapat memahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang bukan dari organisasi atau perusahaan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Menurut Barata (2017) bahwa Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah. Pelayanan juga adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.

Definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan sehingga pelanggan tertarik akan produk atau jasa tersebut. Kaitannya dengan pelayanan dengan pelanggan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersial maupun *non*-komersial harus menyadari, bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.

Adopsi teknologi baru di berbagai bidang dapat dilakukan dengan pendekatan *self-service technology* (SST) (Sujadi, 2010). *Self-Service Technology* (SST) adalah suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung oleh karyawan perusahaan, contoh, mesin atm dan pelayanan perbankan melalui internet. Perusahaan yang menggunakan SST dengan berbagai alasan : (1) banyak bentuk pelayanan yang dilakukan melalui teknologi, (2) banyak perusahaan yang telah menggunakan SST, serta (3) teknologi memberikan kemampuan kepada konsumen untuk belajar, menerima informasi, melatih diri sendiri, dan menyediakan layanan sendiri. Konsumen atau nasabah akan merasa membutuhkan layanan perbankan melalui SST disaat darurat, mudah digunakan, menghindari keramaian,

menghemat waktu, dan dapat dilakukan kapan dan dimana saja sesuai keinginan konsumen, serta kebanggaan mengerjakan sendiri.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai layanan prima atau pelayanan prima.

2.9 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan yang didalamnya terdapat perbedaan dan persamaan yaitu terdapat dalam daftar lampiran.

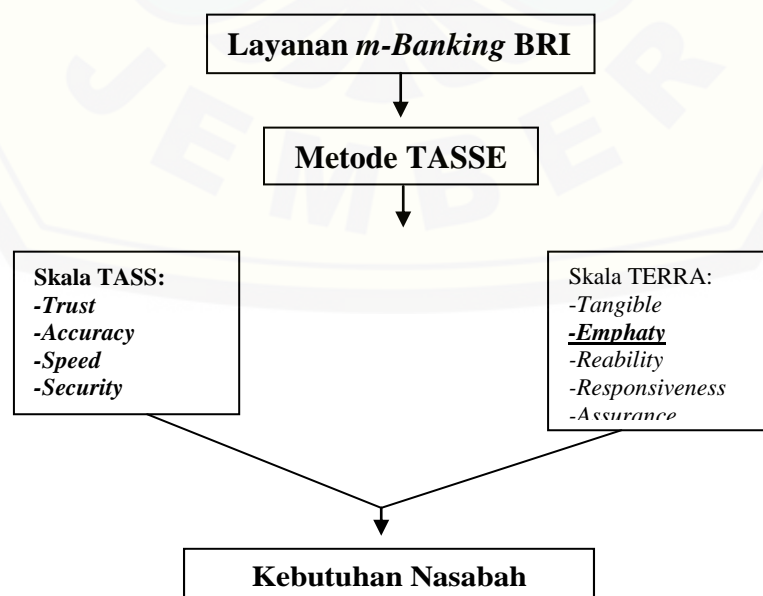
2.10 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai pendekatan teori yang digunakan oleh penulis yang selanjutnya digunakan sebagai analisis yang berkaitan dengan fenomena layanan *Mobile Banking* Nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember. Teori yang digunakan adalah Metode TASS yang telah dikembangkan Gummesson dan Lovelock (2004) dalam Aditya (2015) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima.

Kejadian dilapangan ditemukan adanya fenomena berbeda yang layanan *m-Banking* ini membutuhkan edukasi kepada setiap nasabah yang akan menggunakan layanan ini dari awal. Kualitas layanan dari Parasurahman dalam Rianto (2010) skala TERRA (*Tangibles, Empathy, Reability, Responsiveness,*

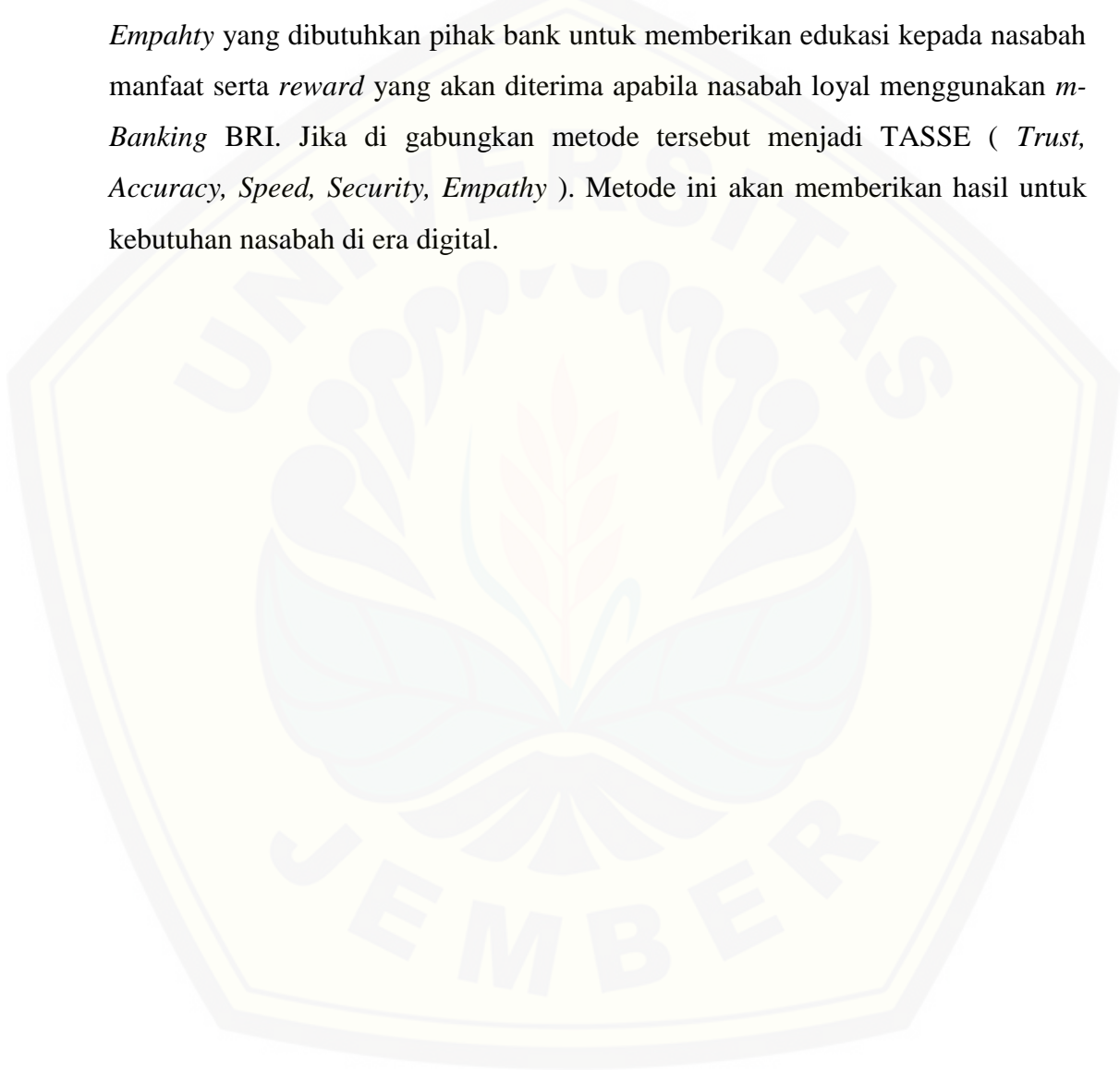
Assurance) yang utamanya terjadi di masyarakat Jember membutuhkan *Empathy* yang memiliki komponen: memberikan perhatian (Edukasi) kepada calon nasabah/ nasabahnya, karyawan memperlakukan nasabah penuh perhatian, karyawan memahami kebutuhan pelanggan. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan perusahaan terhadap layanan yang akan diluncurkan. Metode ini mempunyai empat faktor komponen penentu kualitas jasa yang disingkat TASS (*Trust, Accuracy, Speed, Security*) dari Gummesson dan Lovelock (2004) dalam Aditya (2015) dengan penggabungan **hanya** *Education* yang terjadi dilapangan yaitu nasabah BRI KCP Jember dalam komponen TERRA (*Tangible, **Emphaty**, Reability, Responsiveness, Assurance*).

Layanan perbankan elektronik seperti *m-Banking* ini dapat didefinisikan sebagai produk jasa bank secara langsung kepada nasabah melalui perangkat *smartphone* yang terhubung secara langsung dengan jaringan internet, untuk memungkinkan mengakses rekening pribadi maupun perusahaan. Karena layanan ini hasil perkembangan teknologi informasi yang dimanfaatkan oleh bank untuk menjawab kebutuhan nasabah yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, serta fitur lengkap yang dapat diakses selama 24 jam *nonstop* selama terhubung dengan jaringan internet. Berikut ilustrasi gambar kerangka konseptual.



Gambar 2.2 Fokus Penelitian

Gambar 2.2 menjelaskan bahwa dilapangan pada saat peneliti melakukan penelitian dengan Skala TASS memerlukan dukungan sebuah Edukasi kepada nasabah agar lebih memahami dan dapat mengoperasikan produk *m-Banking* BRI. Edukasi merupakan komponen dari Skala TERRA (*Tangible, Emphathy, Reability, Responsiveness dan Assurance*) tetapi nyatanya di lapangan hanya *Empahty* yang dibutuhkan pihak bank untuk memberikan edukasi kepada nasabah manfaat serta *reward* yang akan diterima apabila nasabah loyal menggunakan *m-Banking* BRI. Jika di gabungkan metode tersebut menjadi TASSE (*Trust, Accuracy, Speed, Security, Empathy*). Metode ini akan memberikan hasil untuk kebutuhan nasabah di era digital.

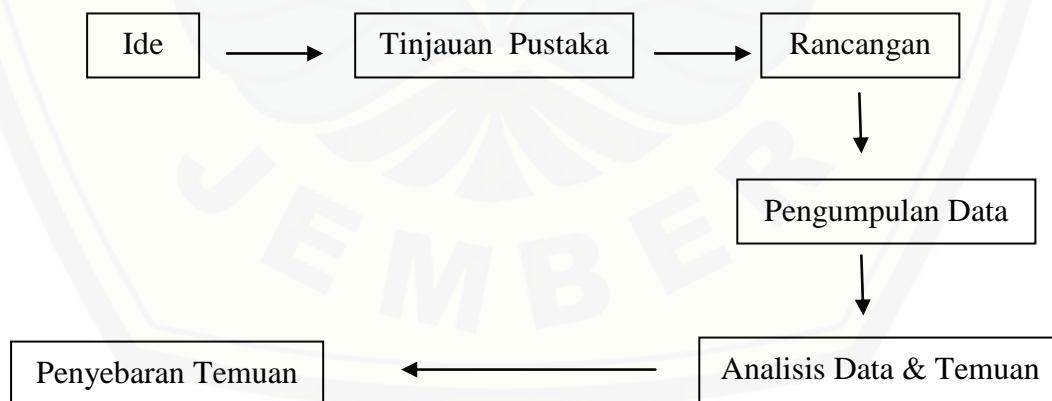


BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan merupakan sebuah landasan di dalam bergerak dalam memperoleh dan mengolah data dan juga sekaligus merupakan sarana yang sangat penting dalam rangka mencari kebenaran ilmiah dengan jalan mencari, menemukan serta mengembangkan masalah yang dihadapi dalam penelitian. Kebenaran ilmiah yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut kemudian harus bisa diuji dan dipertanggung jawabkan dalam suatu forum akademik.

Berkaitan dengan tujuan dari penelitian yang kemudian dikaitkan dengan permasalahan yang akan diteliti, maka paradigma penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena peneliti akan menginvestigasi/memfokuskan layanan *m-Banking* BRI KCP Jember untuk menemukan narasi yang deskriptif. Proses penelitian kualitatif mencakup enam langkah pokok yang dimulai adanya gagasan, tinjauan pustaka, lalu membuat rancangan penelitian, pengumpulan data, analisis dan temuan serta penyebaran hasil penelitian. Seperti gambar berikut:



Gambar 3.1 Salim (2012:185)

Desain bagan penelitian kualitatif ini peneliti laksanakan secara berurutan dan desain yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dilapangan.

Pemilihan paradigma dan tipe penelitian kualitatif dikarenakan dalam penelitian ini peneliti bermaksud mendeskripsikan dan menganalisis layanan *mobile banking* nasabah BRI Kantor Cabang Pembantu Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, mendeskripsikan dan menganalisis setiap permasalahan dan kondisi serta situasi yang ada di lokasi penelitian dengan objek kajian penelitian di BRI Kantor Cabang Pembantu Jember, mengenai layanan *m-Banking*. Sehingga temuan-temuan mengenai layanan *m-Banking* tersebut, dapat dijadikan acuan sebagai perbaikan layanan *mobile banking* nasabah BRI di masa yang akan datang.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dan waktu penelitian merupakan penentuan lokasi tempat penelitian dan waktu penelitian yang ditujukan untuk membantu kelancaran penelitian. Tahap ini terdiri dari:

a. Penentuan tempat penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik penelitiannya. Pemilihan lokasi ini penting supaya data-data yang akan diperoleh peneliti jelas. Sesuai dengan judul penelitian ini berlokasi di BRI Kantor Cabang Pembantu Jember yang beralamat di Jl. Hayam Wuruk no. 16 Jember. Lokasi ini dipilih karena secara geografis berada di wilayah jember sehingga memudahkan peneliti dalam melaksanakan rangkaian penelitian. Peneliti mempunyai akses yang cukup untuk melakukan penelitian di lokasi penelitian ini sehingga diharapkan memaksimalkan temuan yang bisa didapat.

b. Waktu penelitian

Penelitian Kualitatif tidak membatasi waktu penelitian. Tapi, untuk laporan hasil penelitian perlu dicantumkan waktu penelitian dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih selama 2 (dua) bulan, penelitian dimulai sejak bulan September 2019 sampai Oktober 2019.

3.3 Penentuan Informan Penelitian

Penelitian kualitatif peran informan/Subjek penelitian sangat penting, informan adalah bagian dari data suatu penelitian untuk menggali data dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu peneliti harus memilih orang-orang yang benar tepat untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan jumlah informasi yang dibutuhkan.

Informan pada penelitian ini adalah

a. Informan untuk bidang Layanan Operasional

Nama : Ibu Rasti Nurwulandari

Jabatan : *Supervisor* Layanan BRI KCP Kota Jember

b. Informan untuk Bidang Layanan Kepada Nasabah

Nama : Angga Firmansyah

Jabatan : *Junior Customer Service*

Informan kunci A merupakan *supervisor* yang melakukan *controlling* kepada *customer service* serta memeriksa data-data nasabah *m-banking* yang melakukan registrasi untuk pertama kali maupun nasabah lama. Informan kunci B merupakan *customer service* melakukan pendaftaran melalui sistem untuk para nasabah serta mengedukasi penggunaan *m-banking*.

Dua informan tersebut dipilih berdasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu:

- 1) Menguasai atau memahami permasalahan perbankan terutama yang berkaitan dengan layanan *m-Banking* BRI.
- 2) Masih bekerja di BRI KCP Jember sebagai karyawan/staff.
- 3) Bersedia dan Mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi.
- 4) Karyawan yang Kooperatif.

Selain itu peneliti juga mewawancarai beberapa nasabah bank BRI Cabang Jember sebagai informan/subjek penelitian. Untuk melakukan *check* antara informasi yang diberikan oleh Informan kunci dengan keadaan (riil) yang secara subjektif dirasakan oleh para nasabah.

Para informan digunakan sesuai dengan kriteria permasalahan yang terjadi dilapangan, sehingga peneliti dapat menganalisa permasalahan dilapangan sesuai pernyataan yang mereka (informan) kemukakan dengan yang terjadi dilapangan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Wiratna (2014) tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai prosedur dan ciri-ciri penelitian kualitatif. Adapun teknik-teknik dalam pengumpulan data peneliti antara lain:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan tahap persiapan dimana peneliti melakukan pengkajian terhadap teori-teori yang ada. Studi kepustakaan ini dilakukan untuk menambah referensi-referensi yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti melakukan studi telaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Selain itu peneliti melakukan *browsing* di internet, membaca berbagai literatur, hasil kajian dari peneliti terdahulu, catatan perkuliahan, serta sumber-sumber lain yang relevan untuk mendapatkan data sekunder yang diinginkan.

b. Observasi

Menurut Wiratna (2014) menyatakan bahwa, observasi adalah merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti melakukan pengamatan/observasi mengenai bagaimana para karyawan menghadapi dan menyelesaikan persoalan nasabah yang berkaitan dengan layanan *m-Banking* BRI, melakukan observasi mengenai keluhan-keluhan nasabah yang disampaikan pada bank mengenai layanan *m-Banking* BRI.

c. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi verbal atau percakapan untuk memperoleh informasi. Menurut Deddy (2018) wawancara tak berstruktur sering digunakan untuk mengungkapkan pengalaman hidup (*life experince*) subyek penelitian yang menekankan kontruksi simbolik dan kontekstual identitas subyek penelitian.

Pada sesi wawancara ini peneliti menggunakan metode *In-Depth Interview*. Peneliti melakukan pendekatan kepada *Supervisor*, *Customer Service*, dan nasabah inti untuk melakukan penggalian informasi. Pendekatan yang dilakukan dengan melihat *courtesy* dari nasabah datang dengan memulai antrian hingga nasabah menyampaikan keluhan yang dihadapi saat menggunakan *m-Banking*.

Peneliti mengamati peran *Cutomer Service* dan *Supervisor* dalam menyelesaikan keluhan yang dihadapi nasabah. Peneliti juga melakukan pencatatan saat kedua belah pihak antara nasabah dan karyawan BRI melakukan interaksi penyampaian keluhan, barulah setelah pengambilan informasi dan pencatatan lebih lanjut setelah informan melakukan transaksinya.

d. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan dengan jalan mencatat dan mempelajari data-data yang terdapat di lokasi penelitian, surat-surat atau dokumen-dokumen lain yang terkait dan masih berhubungan dengan permasalahan yang diangkat, serta perihal pendataan lain yang masih berada dalam ruang lingkup permasalahan yang diangkat.

Cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

Peneliti memeriksa dokumen-dokumen bank yang diizinkan untuk dipelajari mengenai layanan *m-Banking* BRI. Peneliti memeriksa jumlah nasabah yang menggunakan layanan *m-Banking*, arsip beberapa keluhan nasabah dan volume transaksi nasabah dengan layanan *m-Banking* BRI.

3.5 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam setiap penelitian memerlukan standar untuk melihat derajat kepercayaan dan keberadaan dari hasil penelitian. Penelitian kualitatif standar tersebut disebut dengan keabsahan data. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memandang perlu untuk melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017), teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Perpanjangan Pengamatan. Difokuskan pada apakah data yang diperoleh setelah dicek kembali benar atau tidak, berubah atau tidak, penelitian ini antara 5-6 bulan
- b. Ketekunan Pengamatan. Melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sehingga pengumpulan data bersifat sistematis.
- c. Triangulasi yaitu informasi yang dioperoleh dari berbagai sumber diperiksa silang dan antara data wawancara dengan data pengamatan dan dokumen. Sugiyono(2012) mendefinisikan triangulasi di gunakan sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Triangulasi dalam penelitian ini meliputi:
 - Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda. Peneliti membandingkan antara data yang didapat dari Observasi dengan Wawancara atau Dokumentasi atau membandingkan semuanya jika dianggap perlu.
 - Triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual.
 - Triangulasi sumber. Informasi dari subjek penelitian misalnya dibandingkan dengan arsip (dokumentasi) dari rumah sakit, sehingga saling memvalidkan.
 - Triangulasi Penyidik. Memanfaatkan pengamat lainnya untuk membandingkan hasil kerja pengamatan.

- d. Mendiskusikan dengan teman sejawat yang tidak berperan serta dalam penelitian, sehingga penelitian dapat masukan dari orang lain.
- e. Kecukupan Referensi dalam konteks ini peneliti mengembangkan kritik tulisan untuk mengevaluasi tujuan yang sudah dirumuskan.

Penelitian kualitatif sangat memperhatikan faktor keabsahan data karena suatu hasil penelitian tidak ada artinya jika tidak mendapat pengakuan atau terpercaya. Untuk memperoleh pengakuan terhadap hasil penelitian ini terletak pada keabsahan data penelitian yang dikumpulkan.

3.6 Tahap Analisis Data

Tahap akhir penelitian ini adalah menganalisis data-data yang diperoleh sesuai dengan permasalahan penelitian. Data-data yang telah terkumpul melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi dipelajari, ditelaah untuk selanjutnya diabstraksi secara cermat dan sistematis agar didapatkan hasil penelitian mendalam dan komprehensif.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Analisis interaktif merupakan suatu model analisis data kualitatif yang dibuat oleh Miles dan Huberman (2014). Model analisis interaktif terdapat empat aktivitas/ kegiatan yang harus dilakukan secara terus menerus dan berulang-ulang oleh peneliti, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian serta penarikan kesimpulan.

Model analisis ini terdiri dari empat alur kegiatan dan alur inilah yang peneliti gunakan dalam menyusun laporan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (Triangulasi) .

2. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

Proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengubah catatan lapangan serta temuan empirik lainnya. Merupakan proses analisis data dalam penelitian kualitatif tentu akan mengakomodir data secara

menyeluruh tanpa harus mengurangi temuan dilapangan. Kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. Selecting

Menurut Miles dan Huberman (2014) peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis.

b. Focusing

Miles dan Huberman (2014) menyatakan bahwa memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan rumusan masalah.

c. Abstracting

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data

d. Simplifying dan Transforming Data

Penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Untuk menyederhanakan data, peneliti menumpulkan data setiap proses dan konteks sosial dalam tabel

3. *Data Display* (Penyajian Data)

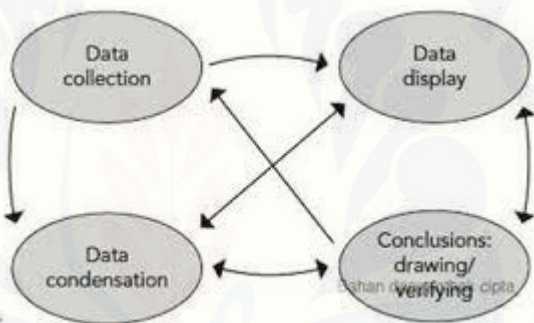
Setelah di kondensasi data maka data didisplaykan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat dengan teks bersifat naratif.

Penyajian dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. *Conclusion Drawing / Verifying* (Verifikasi) atau Menarik Kesimpulan

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat untuk pengumpulan data berikutnya. Permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi. Analisa data model interaktif dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Bagan Analisa Data Model Interkatif



Gambar 3.2 (Miles dan Huberman, 2014 : 20)

Rangkaian dari gambar tersebut digunakan untuk menganalisis Layanan *Mobile Banking* Nasabah Bank Rakyat Indonesia pada Kantor Cabang Pembantu Jember, maka peneliti mengumpulkan data yang diterima melalui informan yang telah ditentukan peneliti. Setelah data terkumpul maka dilakukan kondensasi data yang bertujuan memilah data sesuai kebutuhan penelitian, sehingga dapat dilakukan penyajian data. Data kemudian akan di verifikasi/penarikan kesimpulan apabila data tersebut tidak berubah apabila tidak ditemukan bukti lain yang kuat. Proses penarikan adalah tinjauan ulang terhadap catatan lapangan, tukar pikiran dengan teman untuk mengembangkan "Kesepakatan Subyektivitas". Jadi setiap makna budaya yang muncul diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya yakni merupakan validitasnya.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa Layanan *m-Banking* BRI di BRI KCP Jember mempunyai dua strategi. Yaitu peningkatan kualitas layanan dan Edukasi. Pada strategi peningkatan kualitas layanan dengan empat komponen *keamanan, kecepatan pelayanan, keakuratan,kepercayaan* perlu ada banyak evaluasi agar strategi tersebut berjalan efektif, yaitu sistem keamanan yang masih perlu ditingkatkan, kecepatan layanan yang perlu lebih dioptimalkan. Sedangkan pada strategi edukasi sudah cukup bagus, hanya perlu dikontrol dan dan dikembangkan kualitasnya. Jika itu semua terus dilakukan, dievaluasi dan diperbaiki secara berkala dan berkesinambungan maka layanan *m-Banking* BRI akan semakin baik yang implikasinya menambah *user* baru, volume transaksi yang tinggi dan *market share* yang semakin besar.

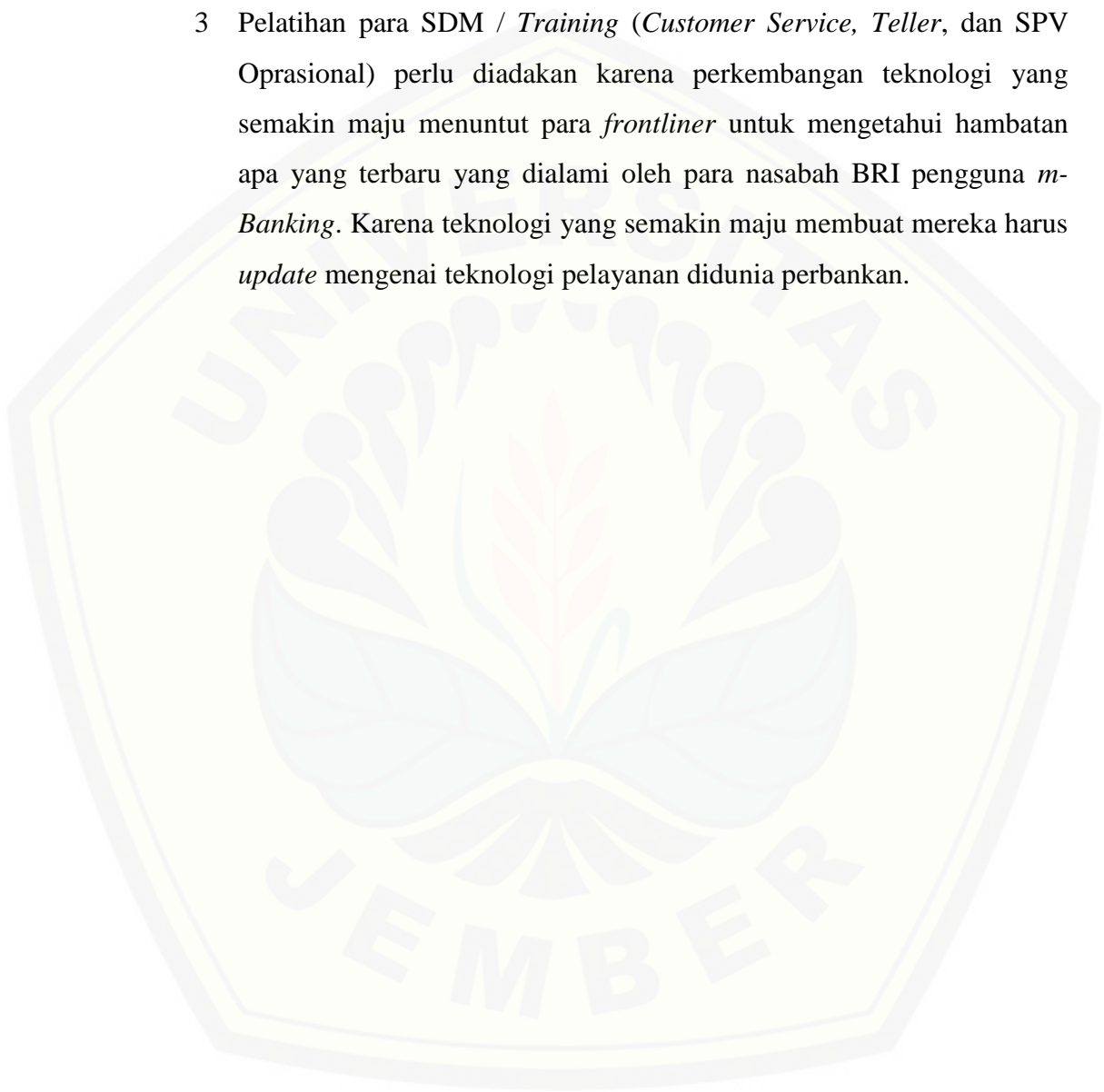
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan di BRI Kantor Cabang Pembantu Kota (Jalan Hayam Wuruk), dari penelitian “Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pada Kantor Cabang Pembantu Jember”, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:.

- 1 Perlu dimaksimalkan manajemen IT terus mengevaluasi, berinovasi dan berevolusi menghadapi kejahatan di dunia digital/ *heacker* untuk meminimalisir terjadinya *Fraud*. Keamanan *m-Banking* sangat diprioritaskan oleh para nasabah karena menyangkut *account/ rekening* individu maupun perusahaan. Kejahatan di dunia maya secara langsung dan tidak langsung akan mempengaruhi loyalitas para nasabah BRI.
- 2 Nasabah selaku *steakholder* perlu diberikan edukasi selengkap-lengkapnyanya dan memberikan banyak *reward* untuk memberikan apresiasi kepada mereka yang loyal terhadap produk BRI. Karena

nasabah tertarik dengan sebuah *reward* untuk memancing loyalitas mereka menggunakan *m-banking* BRI. nasabah begitu senang bahkan merasa dihargai ketika mereka menggunakan *m-Banking* merasa mendapat kemudahan dan sebuah *reward* dari BRI.

- 3 Pelatihan para SDM / *Training* (*Customer Service*, *Teller*, dan *SPV* Oprasional) perlu diadakan karena perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut para *frontliner* untuk mengetahui hambatan apa yang terbaru yang dialami oleh para nasabah BRI pengguna *m-Banking*. Karena teknologi yang semakin maju membuat mereka harus *update* mengenai teknologi pelayanan didunia perbankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Indonesia*. Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.Vol 10 No.2
- Akmalia, I. 2012. *Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang*.Jurnal Manajemen Bisnis.Vol 1 dan 2.
- Alghifari. 2015. *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFYogyakarta
- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*.Bisnis dan Birokrasi, Jurnal Administrasi dan organisasi.2
- Barata, A. A. 2017.*Dasar – Dasar Pelayanan Prima*.Jakarta : PT Elex. Media Komputindo.
- BRI, Bank. 2019. Internet Banking BRI. <https://ib.bri.co.id/ib-bri>(diakses 10/09/2019 07.45)
- BRI, Bank. 2019. Tentang BRI. <https://bri.co.id> > [tentang-bri](https://bri.co.id)(diakses 02/09/2019 14.22)
- Efendi. I. 2018. Pengertian E-Banking. <https://www.it-jurnal.com/pengertian-e-banking> (diakses 22/08/2019 06.23)
- Fadlan, A. dan Dewantara, R. Y. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 62.
- Hasan, A. 2010.*Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor:Ghalia Indonesia.
- Hanif A., Winarno, W. dan Arif, A. 2017. *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*. e-JournalEkonomi Bisnis dan Akuntansi. IV (1) : 24-29
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Huang, C.-Y., Ma, S.-P.& Chen, K.-T., 2011. Using one-time passwords to prevent password phishing attacks. *Journal of Network and Computer Applications* 34, pp. 1292-1301.
- Kasmir.2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ke Tujuh. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada .
- Kotler, P and Gary, A. 2017. *Prinsip-prinsipPemasaran*.Edisi12.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Konstan. 2019. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bri-targetkan-fee-based-income-tumbuh-12-14-hingga-akhir-tahun> (diakses:20/09/19 05.10)
- Kusuma, Hendra 2015. Transaksi Mobile Banking BRI Tembus Rp62 Triliun. <https://economy.okezone.com/read/2015/10/28/457/1239372/transaksi-mobile-banking-bri-tembusrp62-triliun>. Diakses pada 30 Desember 2017.
- Kurniawan, D., Samuel, H., dan Japariato, E. 2013. *Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action*. Jurnal Strategi Pemasaran.
- Lubis, Irsyad. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Medan. USU Press.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan praktik*. Edisi 3. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Lusita, A.N.S, 2017. *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Resiko terhadap Penggunaan dan Mobile Banking Bank Syariah di Surakarta: Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.E-Journal Ekonomi dan Bisnis Unej.
- Lovelock, C, dan Wirtz, J. 2011.*Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Jakarta : Erlangga
- Matthew, M. B. dan Michael, H. 2014.*Analisis Data Kualitatif*.Jakarta: UI Press.
- Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rachmat. 2011. *Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation*. *Journal Of Economics, Business And Accountancy Ventura* Volume 14, No. 2. (Agustus).Pp 161-17.
- Mia, H & Nur, F. 2017.*Ancaman Phising Terhadap Pengguna Sosial Media dalam Dunia Cyber Crime*.Jurnal of Education and Information Communication Technology, Vol.1 No.1.

- Mulyana, D. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir, Abdul Razak. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Sulawesi Selatan*. Disertasi. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Muzamil, M. 2015. *Analisis Penerapan Sistem Pengendali Internal Penyaluran Kredit Pada BRI Kota Samarinda*. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Nasihul, U. 2018. *Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI Mobile Banking dan BSM Mobile Banking*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Raden Intan Lampung.
- Novita, P. W., Dan Nadya, N.K. M. 2017. *Analisis Faktor-faktor Pengguna Layanan Mobile Banking di Bandung*. *Majalah Bisnis dan IPTEK*.
- Rianto, N. A. A. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Ratminto, dan Atik, S. W. 2010. *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimum*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ratnasari, T. R dan Mastuti, A. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Raturandang, F, I., Rogahang, J., Keles, D. 2018. *Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode CAMEL (Capital, Asset Quality, Management, Earnings, Liquidity) Pada PT. Bank Sulut Go*. *Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi*.
- Salim, S. dan Syahrur. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Salehi, M., Alipour, M., 2010. *E-Banking in Emerging Economy: Empirical Evidence of Iran*. *International Journal of Economic and finance* Vol.2 , No.1
- Sandy, Kunthi Fahmar. 2015. *Pengguna Mobile Banking Melebihi Target*. <https://ekbis.sindonews.com/read/1060558/178/pengguna-mobile-banking-bri-melebihi-target1447199332>. Diakses pada 30 Desember 2017
- Sari, R. N. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah*. Vol. 2.

- Siagian, S. P. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Silalahi, Ulber. 2013. *Asas-Asas Manajemen, Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sudarsono, dan Edilius. 2010. *Manajemen Koperasi Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugih, I. R. 2016. *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Appceptance Model (TAM) Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia.
- Sukirno. 2014. Inilah Produk Bank Peraih Top Brand 2014. <https://finansial.bisnis.com/read/20140208/90/201971/inilah-produk-bank-peraih-top-brand-2014> (diakses 10/03/2019 13.30)
- Sulastrri. 2017. *Pengaruh Edukasi, Komitmen dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan*. Tesis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sumarwan.U. 2011. *Perilaku Konsumen*.Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sujadi, dan Purwo E. S. 2010. *E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service*. Seminar Nasional Informatika.
- Sembiring, Sentosa. 2012. *Hukum Perbankan* . Bandung: Mandar Maju
- Tirtana, I.dan Sari, S. P. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS. ISBN : 978-602-70429-2-6.
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Wardhana. A. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Wong, J. 2010. *Internet Making for Beginners*, Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo

Wiratna, V. S . 2014. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Yunus, H.S. 2010.*Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.



Lampiran 1 Informan BRI KCP Kota Jember

a. Christalina

Seorang ibu rumah tangga sekaligus wirasasta yang disibukkan dengan usaha transportasi merupakan nasabah BRI KCP Kota Jember selama 2 tahun. Kebutuhan Ibu Christalina dalam menggunakan *m-banking* untuk mengecek para pelanggan yang telah melakukan DP untuk pembayaran sewa angkutan transportasi. Mutasi rekening membuat ia terbantu dalam melakukan *crosscheck* nominal transfer yang dikirimkan konsumennya kepada rekeningnya.

b. Fatimah Azzahra

Merupakan seorang wiraswasta yang memiliki usaha perkebunan di daerah Kalimantan. Ibu Fatimah yang telah berpindah ke daerah Jember masih mengelolah usahanya di Kalimantan. Beliau menyisihkan uangnya untuk simpanan berupa deposito. Tabungan deposito ini ia miliki selama 2 tahun terakhir. Setiap bulan bunga yang masuk ke rekening ibu Timah selalu disertai SMS Notifikasi. Sms ini ia pergunakan untuk transaksi mengecek saldo tabungan debit kredit selama 24 jam.

c. Rahmadi Utama

Seorang karyawan swasta yang juga seorang wiraswasta dibidang suku cadang kendaraan bermotor. Beliau mempunyai tabungan giro yang dilengkapi dengan ATM, *m-Banking*, serta wakat bilyet Giro. Beliau merupakan nasabah yang loyal terhadap produk giro BRI. Terhitung selama 4 tahun, beliau setiap minggu selalu rutin dalam pembelian warkat bilyet giro. Artinya usaha yang ia geluti dibidang suku cadang tidak ada kendala pembayaran kepada para sales *m-Banking* ia gunakan untuk mengecek saldo tabungan giro sebelum ia mengeluarkan bilyet giro tersebut. Apabila bilyet ini dicairkan oleh sales di BRI unit lain dan saldo tidak mencukupi, maka pak Adi akan mendapatkan biaya denda sebesar Rp 125.000,-.

d. Eka Lestari

Ibu Eka Lestari merupakan nasabah dari daerah Benculuk, Banyuwangi. Beliau melakukan transaksi keuangannya di BRI KCP Kota Jember semenjak 5 tahun yang lalu hingga sekarang. Ibu Eka mempunyai 2 orang anak yang masing-masing dibukakan tabungan Junio *Bundling*. Tabungan Britama induk miliknya dilengkapi kartu ATM serta fasilitas *m-Banking*. Beliau tidak perlu melakukan AFT di hadapan Teller melainkan dilakukan sendiri melalui *m-Banking* untuk AFT kedua tabungan putra putrinya

e. Rudi Arya

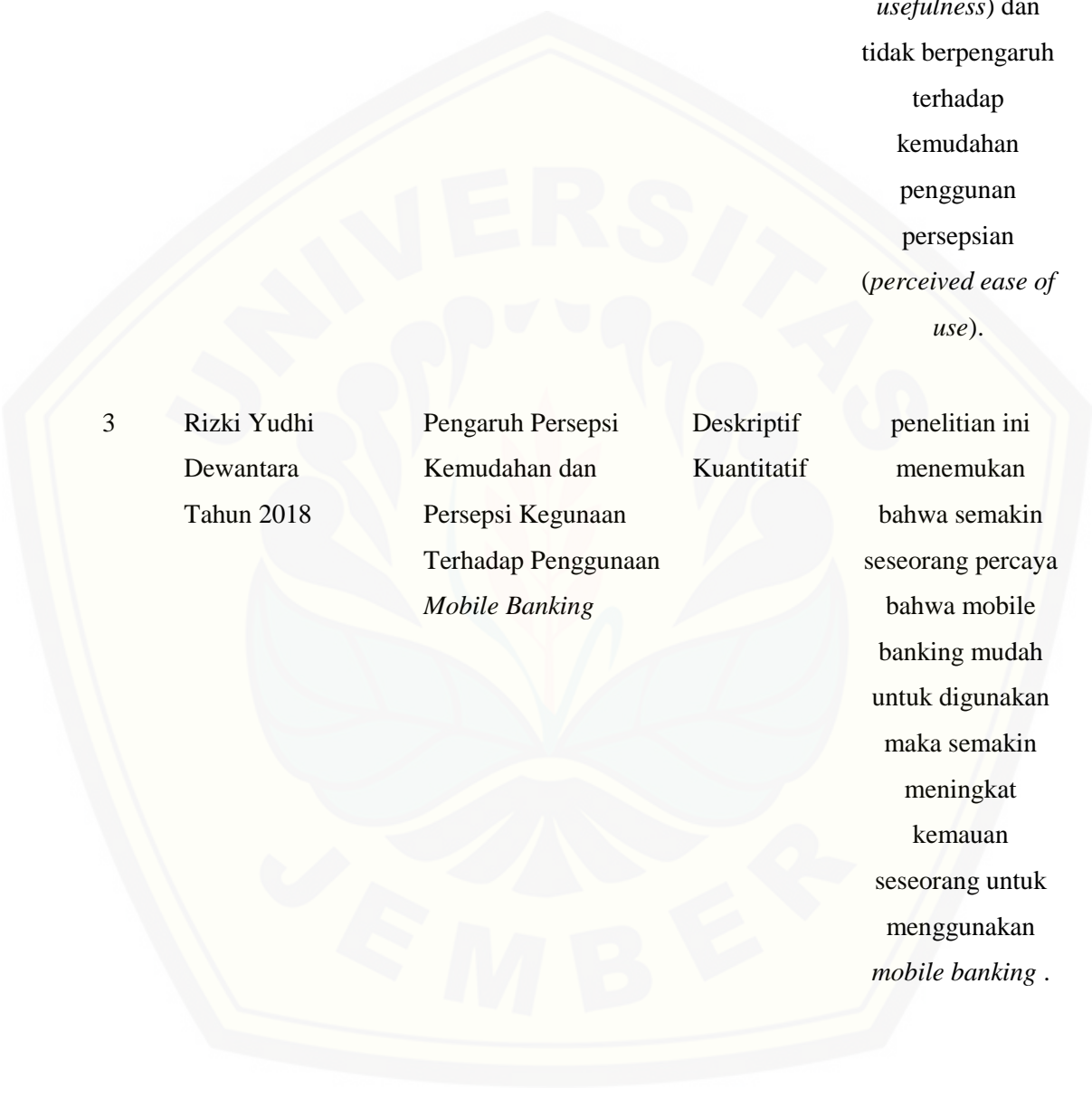
Seorang notaris yang juga mempunyai usaha sebagai toko sembako dan budidaya lele. Beliau mempunyai tabungan Britama tipe Bisnis yang mempunyai limitasi paling banyak dibandingkan tabungan Simpedes dan Britama biasa. *m-Banking* sangat membantu dalam melakukan transfer antar bank maupun sesama BRI kepada para klien dan konsumen tokonya. Layanan ini dirasa mudah dipahami dan bisa dioperasikan saat *weekend*. Pak Rudi tidak perlu kebingungan saat transaksi *weekend*.

Lampiran 2

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
1	Adelina Dwi Priyastanti Tahun 2017	Analisis Implementasi E-Banking Bank Syariah Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah (studi kasus pada bank BNI Syariah cabang Kudus)	Deskriptif Kualitatif	Bermacam-macam kebutuhan setiap nasabah yang belum terpenuhi pada layanan E-Banking Bank BNI Syariah cabang Kudus, seperti pembayaran isi ulang listrik pada Mobile Banking, pembayaran BPJS pada Internet Banking, pembayaran air PDAM pada SMS Banking, outlet BNI ATM masih terbatas sehingga susah dijangkau nasabah dalam bertransaksi, sering terjadinya eror pada jaringan internet, dan biaya pada SMS Banking masih dikatakan

				mahal oleh Nasabah
2	Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif Tahun 2017	Analisis Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Yang Telah Dimodifikasi (<i>Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified</i>)	Deskriptif Kuantitatif	pengalaman, kompleksitas dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan persepsian (<i>perceived usefulness</i>). Kemudahan penggunaan persepsian dan kegunaan persepsian penggunaan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna <i>mobile banking</i> (Kim 2008). Kegunaan persepsian (<i>perceived usefulness</i>) berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> . Sedangkan gender



				tidak berpengaruh terhadap kegunaan persepsian (<i>perceived usefulness</i>) dan tidak berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan persepsian (<i>perceived ease of use</i>).
3	Rizki Yudhi Dewantara Tahun 2018	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	Deskriptif Kuantitatif	penelitian ini menemukan bahwa semakin seseorang percaya bahwa mobile banking mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan <i>mobile banking</i> .

Lampiran 3

Tabel 2 User *m-Banking* BRI Jember

Data User <i>m-Banking</i> BRI			
Bulan	Jumlah User	Selisih	Ket
Des-16	135.807	-	-
Jan-17	136.123	316	Naik
Feb-17	137.179	1.056	Naik
Mar-17	138.319	1.140	Naik
Apr-17	139.336	1.018	Naik
Mei-17	140.217	881	Naik
Jun-17	141.016	799	Naik
Jul-17	141.875	859	Naik
Agu-17	143.397	1.522	Naik
Sep-17	144.405	1.008	Naik
Okt-17	146.554	2.149	Naik
Nov-17	147.169	615	Naik
Des-17	149.601	2.432	Naik
Jan-18	151.076	1.475	Naik
Feb-18	151.890	814	Naik
Mar-18	152.500	610	Naik
Apr-18	155.004	2.504	Naik
Mei-18	155.898	894	Naik
Jun-18	156.600	702	Naik
Jul-18	157.465	865	Naik
Agu-18	158.325	860	Naik
Sep-18	160.003	1.678	Naik
Okt-18	161.025	1.022	Naik
Nov-18	161.997	972	Naik
Des-18	163.826	1.829	Naik
Jan-19	165.854	2.028	Naik
Feb-19	167.754	1.900	Naik
Mar-19	169.743	1.989	Naik
Apr-19	171.457	1.714	Naik
Mei-19	173.466	2.009	Naik

Lampiran 4

Tabel 3 Volume Transaksi *m-Banking* BRI Jember

Data Transaksi <i>m-Banking</i> BRI			
Bulan	Jumlah Transaksi	Selisih	Ket
Des-16	956.879	-	-
Jan-17	88.562	-	-
Feb-17	81.657	(6.905)	Turun
Mar-17	90.275	8.617	Naik
Apr-17	95.464	5.189	Naik
Mei-17	94.032	(1.432)	Turun
Jun-17	94.742	710	Naik
Jul-17	87.579	(7.163)	Turun
Agu-17	94.684	7.105	Naik
Sep-17	90.459	(4.225)	Turun
Okt-17	96.062	5.603	Naik
Nov-17	95.187	(875)	Turun
Des-17	98.731	3.544	Naik
Jan-18	103.658	4.927	Naik
Feb-18	101.995	(1.663)	Turun
Mar-18	103.458	1.463	Naik
Apr-18	103.871	413	Naik
Mei-18	103.857	(14)	Turun
Jun-18	106.007	2.150	Naik
Jul-18	106.657	650	Naik
Agu-18	108.780	2.123	Naik
Sep-18	107.971	(809)	Turun
Okt-18	111.006	3.035	Naik
Nov-18	109.919	(1.087)	Turun
Des-18	110.890	971	Naik
Jan-19	116.903	6.013	Naik
Feb-19	108.041	(8.862)	Turun
Mar-19	115.169	7.128	Naik
Apr-19	119.985	4.816	Naik

Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
KANTOR CABANG JEMBER
Jalan A. Yani No. 1 Jember ☎ (0331) 483258, 486485
Facs. (0331) 486484

Nomor : B. 395/KC-XVI/SDM/01/2020

Jember, 31 Januari 2020

Lamp : -

Hal : Pemberitahuan Selesai Penelitian Mahasiswa
an. Tsiqoh Billah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Di
Jember

Surat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember No.B.4045/UN25.3.1/LT/2019, tgl.
30 September 2019 mengenai Ijin Penelitian Skripsi an. Tsiqoh Billah

Memperhatikan surat tersebut diatas, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

No	Nama	NIM	Program Studi	Instansi Pendidikan
1.	Tsiqoh Billah	160920101007	Magister Ilmu Administrasi	UNIV JEMBER

Sehubungan dengan pelaksanaan penelitian Skripsi/Tugas Akhir mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan konsultasi mengenai "Layanan Mobile Banking (M-Banking) Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pada Kantor Cabang Pembantu Jember" di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember pada bulan September sd Oktober 2019 (2 bulan) di BRI Cabang Jember.

Demikian pemberitahuan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik disampaikan terima kasih.

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
KANTOR CABANG JEMBER

Didik Prawito
Spv Penunjang Operasional

Tindasan :

1. Peserta Penelitian

Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

1. Tampilan *Mobile Banking* BRI



Sumber : Dokumen Pribadi Peneliti

2. Gedung BRI KCP Kota Jember



Sumber : Dokumen Pribadi Peneliti

3. Proses aktivasi layanan *m-Banking* BRI



Sumber : Dokumen Pribadi Peneliti

4. Foto saat wawancara (Foto-foto Informan)



Peneliti bersama Becti Rahayuningsih (Pimcapem BRI KCP Jember)

Sumber : Dokumen Pribadi Peneliti



Peneliti bersama Angga Firmansyah (*Customer Service*) BRI

Sumber : Dokumen Pribadi Peneliti