

PENGARUH EFEKTIFITAS *ELEKTRONIC BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI ERA PANDEMI COVID-19 PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk KCP MEDAN RINGROAD

Khairani Nasution, Tri Hernawati, Mahrani Arfah

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik UISU

trihernawati@gmail.com; trihernawati@ft.uisu.ac.id; mahrani.arfah@ft.uisu.ac.id

Abstrak

Dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan nasabah yang prima di era Pandemi Covid-19 yang berlangsung dari tahun 2019 hingga tahun 2022 menjadi fokus utama sebagai sarana lembaga keuangan perbankan, PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad. Dengan Upaya Meningkatkan Customer Engagement dengan Customer Satisfaction terhadap Efektifitas Penggunaan Electronic Banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan Electronic Banking. Mengetahui prioritas utama dalam peningkatan kualitas pelayanan nasabah dalam penerapan penggunaan Electronic Banking. Pada penelitian ini dengan mengumpulkan data jumlah responden melalui pengisian kuesioner, diperoleh jumlah responden sebanyak 30 responden yang terdiri dari pengisian kuesioner melalui skala likert, dimulai dari aspek bukti fisik (tangible), keandalan, daya tanggap, jaminan.) serta Empati dan dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Berdasarkan Metode Servqual dimaksudkan untuk Menentukan Nilai GAP dengan diperoleh Nilai GAP sebesar (0,14) dan Nilai Kualitas sebesar (1,01) dari hasil perhitungan $Q \geq 1$, maka kesenjangan kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan menjadi baik atau dengan kata lain kualitas pelayanan dikatakan baik. sehingga dibuat diagram kartesius untuk mengetahui aspek apa saja yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan ke depan, serta berperan sebagai variabel intervening dalam mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh kuadran I yaitu Aspek Responsiveness dan Assurance Assurance. Meskipun demikian, kualitas layanan Electronic Banking masih berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui peran kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memediasi kualitas layanan Electronic Banking terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia. maka dapat dikatakan efektivitas sistem layanan Electronic Banking dalam menjawab kebutuhan nasabah di era Pandemi Covid-19.

Kata-Kata Kunci : *Electronic Banking, Kualitas Pelayanan, Covid-19, Reability, Responsiveness*

I. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganggap penting peran dari perbankan. Kecenderungan masyarakat Indonesia terhadap perbankan telah menyebar ke berbagai aktivitas. Kegiatan bank yang dulunya hanya menabung atau meminjam uang saja, kini memiliki kegiatan yang lain, mulai dari penggajian pegawai negeri maupun swasta, pembayaran tagihan-tagihan, seperti listrik, asuransi, telepon, dan juga pengisian saldo dari berbagai jenis e-wallet. Bahkan, bantuan-bantuan yang diberikan oleh pemerintah di masa pandemi kini disebarakan melalui nomor rekening bank (Prananda, 2019).

Semakin canggihnya teknologi masa kini membuat perbankan berinovasi dengan meluncurkan aplikasi *Mobile banking* bagi nasabahnya. Dengan aplikasi *Mobile banking* ini nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan dan dimana saja. Nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi melalui smartphone mereka dan tidak perlu datang ke bank atau mesin ATM (Meliana, 2020).

Trend *Mobile banking* tersebut nampaknya telah menjadi solusi tersendiri bagi kegiatan perbankan di masa pandemi seperti sekarang ini. Dengan adanya *Mobile banking* ini nasabah dapat melakukan transaksi perbankan lainnya dari rumah dan bank

pun dapat tetap memberikan pelayanan kepada nasabahnya tanpa harus melakukannya secara tatap muka. Beberapa contoh transaksi lain yang dapat dilakukan adalah ketika nasabah ingin melakukan transfer uang, mereka dapat mengirim uang tersebut langsung melalui smartphone mereka tanpa harus datang ke bank atau mesin ATM. Pembayaran tagihan-tagihan juga dapat dilakukan melalui smartphone, bahkan jika tagihan-tagihan tersebut bersifat mendadak nasabah tidak perlu lagi merasa khawatir. Untuk kegiatan menabung, nasabah juga dapat melakukannya dengan memindahkan saldo dari e-wallet ke rekening bank. Begitu pula sebaliknya, pengisian saldo e-wallet juga dapat dilakukan melalui transfer dari aplikasi *Mobile banking* tersebut. Pada saat pandemi seperti sekarang ini, sebagian masyarakat lebih memilih untuk menggunakan *Mobile banking* dan enggan untuk datang ke bank ataupun mesin ATM. Hal ini disebabkan oleh rasa takut dari sebagian masyarakat tersebut untuk ke luar rumah karena penyebaran virus corona masih berlangsung. Sebagian masyarakat ini belum mau untuk datang ke bank karena takut akan terjadi kerumunan. Mereka juga enggan untuk bertatap muka langsung dengan teller bank tersebut meskipun protokol kesehatan sudah dilaksanakan. Mereka pun tidak ingin repot-repot datang ke mesin ATM dan membuang waktu mereka

untuk mengantre. Apalagi di masa pandemi seperti saat ini, antrean di mesin ATM juga dapat memicu kerumunan, dan mesin ATM itu sendiri pun tidak dapat dipastikan kesterilannya (Barusman, 2010).

Covid-19 telah mengubah gaya konsumen secara signifikan di berbagai bidang dalam melakukan pekerjaan profesional, menjalankan tanggung jawab harian hingga merencanakan atau mengelola keuangan, semua didorong untuk mengadopsi teknologi digital. Penarikan tunai ATM turun, sedangkan e-commerce dan pembayaran nirsentuh (contactless) meningkat secara signifikan. Di Sydney menunjukkan bahwa penggunaan ATM turun sekitar 40% sedangkan transaksi menggunakan *Mobile Banking* sejenisnya naik 65% selama pandemi Covid-19, hal ini menyebabkan pertumbuhan 400% dari bisnis pembayaran seluler. Hal ini juga mengakibatkan lonjakan permintaan untuk menggunakan saluran digital untuk melakukan transaksi perbankan (Muladi Ady, 2021).

Meski demikian Beberapa kendala yang dihadapi dalam penggunaan *Mobile Banking* menurut laporan Statistik Perbankan bahwa transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 600% sejak tahun 2015 dan menyebabkan kerugian mencapai 89% akibat penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan dikaitkan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 lamaran nakal baru yang dikirimkan per hari. Kerugian penipuan seluler berjumlah lebih dari \$ 40 juta di 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 (Zuhirsyan, 2021).

Melalui Metode *Servqual* yang merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan atas apa yang mereka rasakan dan mereka harapkan. Dalam upaya membangun konsepsi seputar kualitas pelayanan, Parasuraman, menyatakan: Dalam membandingkan antara harapan dan kinerja tercipta kesenjangan (*Discrepancies*) yang disebut dengan GAP. Terdapat lima GAP yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan. GAP 1 adalah persepsi manajemen, GAP 2 adalah spesifikasi kualitas pelayanan, Gap 3 adalah GAP penyelenggaraan pelayanan, Gap 4 adalah komunikasi eksternal dan GAP 5 adalah expected service. (Tjiptono, 2008)

Penggunaan *Mobile Banking* dalam teori Penerimaan dan Penggunaan teknologi terpadu yang dipopulerkan oleh (Venkatesh et al., 2007) adalah teori yang berfokus pada prediksi adopsi dan penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi informasi pada industri perbankan lebih berfokus pada sistem pelayanan. Hal tersebut dikarenakan bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dimana kepuasan konsumen dalam hal ini adalah nasabah ditentukan oleh kualitas layanan. Selain pelayanan yang baik, fasilitas-fasilitas penunjang yang dapat mempermudah transaksi juga mempengaruhi penilaian nasabah terhadap suatu produk perbankan (Prananda, 2019).

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian *Elektronic Banking*

Electronic Banking atau *E-banking*, adalah istilah yang menggambarkan semua transaksi yang terjadi antara perusahaan, organisasi, individu, dan lembaga perbankan mereka. Pertama dikonseptualisasikan dalam pertengahan 1970-an, Inggris negara pertama yang mempunyai layanan perbankan *Online*, didirikan oleh Bank of Scotland bagi para pelanggan dari *Nottingham Building Society* (NBS) pada tahun 1983. Beberapa bank yang ditawarkan nasabah perbankan elektronik pada tahun 1985. Namun, kurangnya penggunaan internet, dan biaya yang terkait dengan penggunaan *Online banking*, terhambat pertumbuhan. Ledakan internet di akhir 1990-an membuat orang lebih nyaman dengan membuat transaksi melalui web. (Shindu, 2020).

Pertumbuhan transaksi digital selama mewabahnya virus Corona di Indonesia. Pada kuartal pertama meningkat sebesar periode yang sama tahun 2019, baik transaksi melalui SMS *banking*, internet *banking*, maupun *Mobile Banking*. Kenaikan tersebut terutama disumbangkan oleh pertumbuhan transaksi pada PT Bank Syariah Indonesia secara nasional mencatat naiknya transaksi digital selama bulan juni tahun 2021 mencapai 2,2 juta pengguna (Indah, 2016).

Perbankan pada umumnya memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk mengakomodir kebutuhan interaksi antara perusahaan dengan nasabah, dimana nasabah dapat memperoleh informasi, dan melakukan transaksi perbankan. Salah satu layanan yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah *Electronic Banking* (Muladi, 2021).

PT Bank Syariah Indonesia terus melakukan terobosan dengan menghadirkan fitur tunai tanpa kartu di ATM dan outlet Indomaret di seluruh Indonesia yaitu hanya dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* yang memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat di masa *Pandemic* melalui *Online* dengan efektif dan efisien tanpa harus ke lokasi dan mengantre untuk menarik dan mengirim uang. (Muladi, 2021).

Meski demikian Beberapa kendala yang dihadapi dalam penggunaan *Mobile Banking* menurut laporan Statistik Perbankan bahwa transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 60% sejak tahun 2015 dan menyebabkan kerugian mencapai 89% akibat penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan dikaitkan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 lamaran nakal baru yang dikirimkan per hari. Kerugian penipuan seluler berjumlah lebih dari \$ 40 juta di 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 (Barusman, 2010).

2.2 Pengertian Efektivitas

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, biasa diartikan sebagai kegiatan di dapatkan oleh pengguna teknologi tersebut. Efektivitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran-sasaran (hasil akhir) yang telah ditetapkan secara tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai target waktu yang telah ditetapkan untuk ukuran maupun standar yang berlaku mencerminkan suatu perusahaan tersebut telah memperhatikan efektivitas operasional (Muladi Ady, 2021).

Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif. Efektivitas merupakan pokok utama yang menyatakan berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaan *Mobile Banking* perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *Mobile Banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada persepsi atau pandangan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* (Muladi Ady, 2021).

2.3 Pengukuran Efektivitas

Pengukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak berdasarkan pada (Wachidatus Sa'diyah, Novi Marlina, 2018):

- a. Pemahaman program Pemahaman program dapat dilihat dari sejauh mana masyarakat dapat memahami pengetahuan atas program tersebut serta kemampuan masyarakat melakukan kegiatan atau program tersebut.
- b. Tepat sasaran Mengukur sejauh mana 329embaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Penempatan sasaran ini bersifat menyeluruh dalam sistem informasinya serta memberikan informasi yang tepat agar tujuannya dapat diukur tingkat keberhasilannya.
- c. Tepat waktu Faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut dapat menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam hal ini diperlukan pengoptimalan kinerja sistem dari suatu program baik dari sisi internal maupun eksternal agar pelayanan menjadi semakin lebih cepat dan lebih efektif.
- d. Pencapaian tujuan Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan. Hal yang paling penting adalah sebuah pelayanan dapat dilakukan dengan mudah. Layanan lebih mudah menjadikan tujuan lebih terorganisir sehingga tujuan akan semakin goal. Jika seseorang mendapati fasilitas pelayanan yang lebih mudah, maka akhirnya ia akan 16 mendapatkan apa yang ia inginkan sehingga suatu program dapat berjalan efektif

dan tercapai tujuan serta visi misinya.

- e. Perubahan nyata Perubahan nyata dinyatakan efektif jika suatu program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut sehingga dapat diukur melalui sejauh mana kegiatan tersebut memberikan efek atau dampak perubahan nyata bagi masyarakat (Meliana, 2020).

2.4 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan adalah tanggapan pelayanan atas terpenuhinya kebutuhan. Kepuasan sebagai prsespsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapan-harapan. Fokus dari kualitas terletak pada kepuasan pelanggan. Menurut (Kolter & Keller, 2006) kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepikan produk (atau hasil) terhadap ekspekasi mereka. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi standar kualitas tertentu.

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakainya, pengertian secara umum kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas apabila harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira jika harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefit) bagi pelanggan. (Indah, 2016).

2.5 Metode Servqual

Model kualitas jasa *Servqual* (singkatan dari *Service Quality*) dikembangkan oleh (Parasuraman & Berry, 1985), dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sumbangan telepon interlokal, perbangan ritel, dan pialang sekuritas. *Servqual* ini dikenal pula dengan *GAP Analysis model*.

Servqual ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa. Metode ini dikembangkan (Zeithaml, et al., 1990), yang mengukur kualitas secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner yang mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa, yaitu *Tangibles*, *Reability*,

Responsiveness, Assurance, dan Empathy (Anisah, 2017).

Metode *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan sesungguhnya diharapkan pelanggan (*Expected Service*). Jika kenyataan lebih dari yang pelanggan harapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang pelanggan harapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Dengan demikian, metode *SERVQUAL* ini mengidentifikasi kualitas jasa sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima (Anisah, 2017).

III. Metode Penelitian

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 hingga penelitian selesai.

3.2 Langkah Penelitian

Adapun Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram alir penelitian

3.3 Tahap Persiapan Penelitian

Pada tahap persiapan penelitian ini, akan dibagi beberapa langkah yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian terhadap sumber – sumber kepustakaan atau referensi yang akan dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini dan memperkuat dasar teori dari penelitian.

Referensi yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, tugas akhir, dan referensi lainnya. Studi literatur ini akan memberikan pemahaman mengenai *Electronic Banking* sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian Pemahaman Nasabah Dalam Penggunaan *Electronic Banking*.

3.3.2 Observasi Lapangan

Pada tahap ini, dilakukan survei langsung ke lokasi Bank PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad dimaksudkan untuk mencari informasi kemudian dijadikan sebagai objek kajian penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi profil perusahaan, proses alur kerja atau gambaran kondisi Jasa Perbankan saat ini baik Media Transaksi maupun lingkungan kerja.

3.3.3 Identifikasi Masalah

Tahap ini adalah tahap dimana informasi yang diperoleh dari observasi lapangan dikumpulkan kemudian diteliti untuk menemukan masalah yang terjadi pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad yang akan dijadikan objek penelitian lebih lanjut.

3.3.4 Perumusan Masalah

Pada tahap ini telah diperoleh masalah yang akan ditetapkan sebagai objek penelitian. Adapun perumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah analisis Pemahaman Nasabah Dalam *Electronic Banking* Pada Pelayanan Perbankan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data meliputi Penelitian lapangan, Pengumpulan data dengan cara mengadakan peninjauan langsung terhadap objek penelitian. Adapun dalam pelaksanaannya dilakukan dengan:

a. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau menggunakan pedoman wawancara.

Wawancara terstruktur dan tidak terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dalam melakukan wawancara terstruktur peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien

bila penulis tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Tabel 1. Skala Likert Kinerja

Persepsi	Bobot Skor
Sangat Efektif	5
Efektif	4
Cukup Efektif	3
Kurang Efektif	2
Sangat Kurang Efektif	1

Tabel 2. Skala Likert Harapan

Persepsi	Bobot Skor
Sangat Memuaskan	5
Memuaskan	4
Cukup Memuaskan	3
Kurang Memuaskan	2
Sangat Kurang Memuaskan	1

3.5 Penentuan Jumlah Responden

Penelitian menggunakan pengumpulan data melalui kuisisioner dengan jenis data ordinal (ranking/skor). Termasuk ke dalam golongan non-parametric, karena jenis datanya ordinal. Dalam melakukan penelitian penentuan besar sampel tergantung pada tiga hal yaitu: keragaman (variasi) dari populasi, batas kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*) dan interval kepercayaan (*confidence interval*). Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan besaran sampel, apakah populasi yang diambil besar (tidak diketahui) ataukah populasi yang diambil kecil (diketahui) (Anisah, 2017).

3.6 Rumus Jumlah Sampel Untuk Populasi Besar (Tidak Diketahui)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{E^2}$$

Dimana:

Z

:mengacu pda nilai z (tingkat kepercyaan). Jika tingkat kepercayaan yang dipakai 90% nilai z adalah 1,65. Tingkat kepercayaan 95% nilai z adalah 1,96. Sedangkan tingkat kepercayaan 99% nilai z adalah 2,58.

p(1-p) :variasi populasi. Variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi.

Proporsi dibagi kedalam dua bagian dengan total 100% (atau 1)

E :kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*).

3.7 Rumus Jumlah Sampel Untuk Populasi Kecil (diketahui)

$$n = \frac{Z^2 \cdot [(1-p)]N}{Z^2[p(1-p)]N + (N-1)E^2}$$

Dimana:

Z :mengacu pda nilai z (tingkat kepercyaan). Jika tingkat kepercayaan yang dipakai 90% nilai z adalah 1,65. Tingkat kepercayaan 95% nilai z adalah 1,96. Sedangkan tingkat kepercayaan 99% nilai z adalah 2,58.

p(1-p) : variasi populasi. Variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi.

Proporsi dibagi kedalam dua bagian dengan total 100% (atau 1)

E :kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*).

N :jumlah populasi

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan p(1-p) juga tidak diketahui, maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum mak

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple random sampling* (sederhana) karena pengambilan anggota Sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan apabila populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2005).

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

P = 0,5

Harga maksimum f (p) adalah p (1-p) = 0,5 (1 - 0,5) = 0,5

Tingkat kepercayaan 95%

Derajat ketelitian (α) = 5% = 0,1 ; α/2 = 0,05 ;

Z_(α/2) = 1,96 ; E = 0,2

Maka

3.8 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah sebagai berikut dengan menghitung korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai rumus korelasi product moment, sebagai berikut (Sunnyoto, 2012):

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

rx_y : korelasi momen tangkar

n : jumlah responden

- $\sum X$: jumlah skor butir X yang didapat dari rekap data kepentingan pelanggan.
- $\sum Y$: jumlah skor butir Y yang didapat dari rekap data kepuasan.
- $\sum X^2$: jumlah skor X kuadrat
- $\sum Y^2$: jumlah skor Y kuadrat
- $\sum XY$: perkalian antara jumlah skor butir X dengan jumlah perkalian faktor Y

3.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah (instrument dalam hal ini) kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* ($\alpha_{Cronbach}$), kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas Tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*, sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

H_0 : Butir kuesioner reliabel

H_1 : Butir Kuesioner tidak reliabel

2. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5% derajat kebebasan (df) = n-2, maka r_{tabel} Dapat dilihat ditabel r.

Adapun uji hipotesis untuk reliabilitas adalah sebagai berikut :

a. Tingkat Signifikansi (resiko kesalahan) : $\alpha = 0,05 = 5\%$

b. Uji Hipotesis :

Jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 diterima, maka data reliabel

Jika, $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, H_0 ditolak, maka data tidak reliabel.

IV. Pengumpulan Data

4.1 Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan link kuesioner *Online* secara langsung kepada responden yang merupakan nasabah dari PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad. Sejumlah 30 Responden. Dimana Pengisian Kuesioner Tersebut Berisi 20 Pertanyaan dalam Bentuk Skala Likert Berdasarkan Kinerja dan Harapan terhadap Nasabah dalam Penggunaan *Electronic Banking*.

Tabel 1. Keterangan Jumlah Res

Tanggal	Hari	Jumlah Respo
16/1/2023	Senin	6
17/1/2023	Selasa	8
18/1/2023	Rabu	5
19/1/2023	Kamis	7
20/1/2023	Jum'at	4

Tabel 2. Uji Validasi Tingkat Kinerja Pelanggan

Code in SPSS	DAFTAR PERTANYAAN	KINERJA		
		r hitung	r tabel	Validasi
Bukti Fisik (Tangibles)				
TK1	Ketersediaan Fitur <i>Fitur Adzan, Zakat, Wakaf, Infaq</i> Didalam Aplikasi BSI Mobile	0.709	0.374	Valid
TK2	Desain Aplikasi BSI Mobile Mudah Dipahami Oleh Seluruh Penggunaanya.	0.840	0.374	Valid
TK3	Ketersediaan Fitur <i>Transfer SKN, BI Fast, Tabungan Emas, Deposito, Pembayaran, Pembiayaan, e-Commerce, Info Kurs (Mata Uang Asing) dan Lainnya.</i>	0.833	0.374	Valid
TK4	Fitur <i>Layanan Islami Juz Anura, Asmaul Husna, Hikmah dan Kalkulator Qurban</i>	0.898	0.374	Valid
Keandalan (Reliability)				
RK5	Penggunaan Internet Banking Dapat Dipergunakan Hingga Limit 1 Milyar.	0.740	0.374	Valid
RK6	Apabila Ada Transaksi Yang Mengalami Kendala, BSI Mobile Dapat Menyelesaikannya pada <i>Fitur Chat Aiyah.</i>	0.972	0.374	Valid
RK7	BSI Mobile Dapat Membantu Dalam Proses Penarikan Tunai tanpa Kartu ATM di Mesin ATM.	0.972	0.374	Valid
RK8	BSI Mobile Menyediakan Informasi Limit Jika Nasabah Tidak Mengetahui Limit Transaksinya.	0.972	0.374	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
RPK9	BSI Mobile Mampu Membaca <i>Finger Print Security</i> Dengan Cepat	0.752	0.374	Valid
RPK10	BSI Mobile Memiliki Memiliki Indikator Jaringan yang Dapat Memberitahu Situasi Jaringan bagi Penggunaanya.	0.822	0.374	Valid
RPK11	BSI Mobile memberikan layanan transaksi keuangan (<i>Pembayaran tagihan, Pembayaran Pulsa, dan Transfer</i>) dengan cepat, tepat dan efisien	0.817	0.374	Valid
RPK12	BSI Mobile memberikan informasi dengan cepat dalam satu pengecekan riwayat transaksi Keuangan pada rekening <i>Tabungan</i>	0.579	0.374	Valid
RPK13	BSI Mobile (<i>Fitur Chat Aiyah</i>) mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/Masalah dalam bertransaksi	0.843	0.374	Valid
Jaminan (Assurance)				
AK14	Kemudahan Nasabah Melihat Kembali Riwayat Transaksi pada Waktu Lampau	0.716	0.374	Valid
AK15	Layanan BSI Mobile untuk transfer uang, <i>Pembelian Pulsa/Kuota internet, Pembayaran Tagihan, Zakat, Bersedekah, dan Mengecek Saldo Tabungan</i>	0.912	0.374	Valid
AK16	BSI Mobile, Internet Banking Memiliki Dua Pengamanan Kata Sandi	0.827	0.374	Valid
AK17	BSI Mobile dapat memberikan Keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan <i>Pengaduan Nasabah Jika Uang Tidak Keluar Pada Transaksi Penarikan</i>	0.827	0.374	Valid
Empati (Empathy)				
EK18	Layanan BSI Mobile mampu berhasil dalam meminimalkan jumlah nasabah yang datang langsung ke bank untuk mengatasi penyebaran virus Covid-19	0.774	0.374	Valid
EK19	Layanan BSI Mobile dapat memberikan <i>Fitur layanan</i> yang sesuai kebutuhan anda di tengah Pandemi Covid-19	0.703	0.374	Valid
EK20	Dengan layanan BSI Mobile anda dapat berperan langsung dalam kemajuan Teknologi	0.679	0.374	Valid

Tabel 3. Uji Validasi Tingkat Harapan Pelanggan

V. Analisa Dan Evaluasi

Code in SPSS	DAFTAR PERTANYAAN	HARAPAN		
		r hitung	r tabel	Validasi
Bukti Fisik (Tangibles)				
TH1	Ketersediaan Fitur <i>Fitur Adzan, Zakat, Wakaf, Infaq</i> Didalam Aplikasi BSI Mobile	0.898	0.374	Valid
TH2	Desain Aplikasi BSI Mobile Mudah Dipahami Oleh Seluruh Penggunaanya.	0.840	0.374	Valid
TH3	Ketersediaan Fitur <i>Transfer SKN, BI Fast, Tabungan Emas, Deposito, Pembayaran, Pembiayaan, e-Commerce, Info Kurs (Mata Uang Asing) dan Lainnya.</i>	0.709	0.374	Valid
TH4	Fitur <i>Layanan Islami Juz Anura, Asmaul Husna, Hikmah dan Kalkulator Qurban</i>	0.833	0.374	Valid
Keandalan (Reliability)				
RH5	Penggunaan Internet Banking Dapat Dipergunakan Hingga Limit 1 Milyar.	0.831	0.374	Valid
RH6	Apabila Ada Transaksi Yang Mengalami Kendala, BSI Mobile Dapat Menyelesaikannya pada <i>Fitur Chat Aiyah.</i>	0.779	0.374	Valid
RH7	BSI Mobile Dapat Membantu Dalam Proses Penarikan Tunai tanpa Kartu ATM di Mesin ATM.	0.680	0.374	Valid
RH8	BSI Mobile Menyediakan Informasi Limit Jika Nasabah Tidak Mengetahui Limit Transaksinya.	0.470	0.374	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
RPH9	BSI Mobile Mampu Membaca <i>Finger Print Security</i> Dengan Cepat	0.516	0.374	Valid
RPH10	BSI Mobile Memiliki Memiliki Indikator Jaringan yang Dapat Memberitahu Situasi Jaringan bagi Penggunaanya.	0.670	0.374	Valid
RPH11	BSI Mobile memberikan layanan transaksi keuangan (<i>Pembayaran tagihan, Pembayaran Pulsa, dan Transfer</i>) dengan cepat, tepat dan efisien	0.376	0.374	Valid
RPH12	BSI Mobile memberikan informasi dengan cepat dalam satu pengecekan riwayat transaksi Keuangan pada rekening <i>Tabungan</i>	0.725	0.374	Valid
RPH13	BSI Mobile (<i>Fitur Chat Aiyah</i>) mampu merespon dengan cepat jika terjadi kendala/Masalah dalam bertransaksi	0.679	0.374	Valid
Jaminan (Assurance)				
AH14	Kemudahan Nasabah Melihat Kembali Riwayat Transaksi pada Waktu Lampau	0.584	0.374	Valid
AH15	Layanan BSI Mobile untuk transfer uang, <i>Pembelian Pulsa/Kuota internet, Pembayaran Tagihan, Zakat, Bersedekah, dan Mengecek Saldo Tabungan</i>	0.722	0.374	Valid
AH16	BSI Mobile, Internet Banking Memiliki Dua Pengamanan Kata Sandi	0.804	0.374	Valid
AH17	BSI Mobile dapat memberikan Keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan <i>Pengaduan Nasabah Jika Uang Tidak Keluar Pada Transaksi Penarikan</i>	0.857	0.374	Valid
Empati (Empathy)				
EH18	Layanan BSI Mobile mampu berhasil dalam meminimalkan jumlah nasabah yang datang langsung ke bank untuk mengatasi penyebaran virus Covid-19	0.640	0.374	Valid
EH19	Layanan BSI Mobile dapat memberikan <i>Fitur layanan</i> yang sesuai kebutuhan anda di tengah Pandemi Covid-19	0.778	0.374	Valid
EH20	Dengan layanan BSI Mobile anda dapat berperan langsung dalam kemajuan Teknologi	0.730	0.374	Valid

Analisis hasil pengolahan data, analisis yang terdiri dari analisis efektifitas pelayanan nasabah terhadap *elektronik banking* dengan model *service quality (Servqual)*. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi yang terkait dalam kualitas layanan suatu perusahaan adalah dimensi fisik (*Tangible*), dimensi kehandalan (*Reliability*), dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), dimensi jaminan (*Assurance*), dan dimensi empati (*Empathy*). Kelima dimensi tersebut memiliki atribut-atribut di tiap dimensinya dan pada penelitian ini terdapat total 20 atribut pertanyaan yang diajukan kepada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad.

Seluruh atribut pertanyaan yang diajukan kepada responden akan diuji datanya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menunjukkan apakah data tersebut valid dan reliabel atau tidak. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dinyatakan bahwa keseluruhan data dari responden valid, sehingga bisa digunakan dalam perhitungan *Servqual*. Analisis *Servqual* dilakukan dengan melihat kesenjangan (GAP) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima oleh Nasabah. Terjadinya kesenjangan karena adanya gap yang bernilai negatif. Semakin kecil nilai gap maka semakin sedikit kesenjangan yang terjadi, artinya pelayanan yang diberikan semakin mendekati harapan pelanggan. Sedangkan jika gap bernilai positif, maka tidak ada kesenjangan yang terjadi. Semakin besar nilai gap berarti semakin tinggi tingkat kepuasan Nasabah.

5.1 Analisis Metode *Servqual*

Berdasarkan dari hasil analisis pada Aspek Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) serta Empati (*Emphaty*). Berdasarkan Hasil Analisis Metode *Servqual* yang Telah Dilakukan, dalam urutan atribut-atribut Aspek Diatas. Hal ini membuktikan Nasabah Belum Merasa Puas pada Aspek Tepat Waktu (*Responsiveness*) terlihat bahwa Kesenjangan terbesar pada atribut pertanyaan *BSI Mobile* memberikan informasi dengan cepat dalam satu pengecekan riwayat transaksi Keuangan pada rekening Tabungan dengan Nilai GAP (-0,10). Maka dapat disimpulkan Bahwa Pada Aspek tersebut Perlu Ditingkatkan Lagi agar Sesuai Dengan Harapan Nasabah Dalam Kemudahan Penggunaan *Elektronik Banking*.

Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil terletak Pada Aspek Keandalan (*Reliability*) pada atribut Petanyaan Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad Menumbuhkan rasa percaya Kepada Nasabah dengan Nilai GAP (0,23). Hal ini membuktikan bahwa Nasabah merasa puas terhadap atribut pertanyaan ini dari Pelayanan Yang Telah diberikan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad Kepada Nasabah.

5.2 Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius ini merupakan suatu diagram yang dibagi kedalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dalam melakukan evaluasi kualitas layanan berdasarkan tingkat kinerja dan harapan pelanggan. Pada analisis tingkat kepentingan, dilakukan pembagian menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kuadran A mempunyai tingkat kepentingan sangat penting merupakan prioritas untuk ditingkatkan (prioritas utama) faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor yang penting dan atau diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi kinerja

dan atau kinerja actual yang ada pada saat ini belum memuaskan, kuadran B mempunyai tingkat kepentingan penting (prioritas kedua) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen, kuadran C mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kinerja atau kinerja actual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting, dan kuadran D mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan.

Berdasarkan Hasil Analisis Dalam Keseluruhan Kuadran Dapat Disimpulkan Bahwa atribut yang Perlu dibenahi terletak pada Kuadran I yaitu pada Daya Tanggap (*Responsiveness*) dengan atribut Pertanyaan *BSI Mobile* memberikan informasi dengan cepat dalam satu pengecekan riwayat transaksi Keuangan pada rekening Tabungan dengan nilai GAP (-0,10) Terdapat 2 atribut pertanyaan Aspek Jaminan (*Assurance*) dengan atribut Pertanyaan Layanan *BSI Mobile* mudah untuk digunakan dan dipelajari dengan Nilai GAP (0,00) dan *BSI Mobile* dapat memberikan Keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi (0,03). Dan Aspek yang Harus Dipertahankan Terletak pada Kuadran IV Pada Aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Aspek Keandalan (*Reliability*). Dengan Atribut Pertanyaan *BSI Mobile* memberikan layanan transaksi keuangan (Pembayaran tagihan, Pembayaran Pulsa, dan Transfer) dengan cepat, tepat dan efisien, dengan nilai GAP (0,20) Serta Pegawai PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad Menumbuhkan rasa percaya Kepada Nasabah dengan Nilai GAP (0,23)

VI. Kesimpulan Dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Kualitas Pelayanan Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Efektifitas Penggunaan *Elektronik Banking* yang diberikan Oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad Kepada Nasabah Memenuhi Harapan. Karena Nilai Kualitas Yang Dihitung ≤ 1 . Dari Seluruh Aspek yang Telah Dianalisis terdiri dari Aspek Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) serta Empati (*Emphaty*).
2. Dilihat Dari Kuadran I dapat Diketahui Bahwa Prioritas utama yang Perlu Dibenahi terletak pada Aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*) dengan atribut Pertanyaan *BSI Mobile* memberikan informasi dengan cepat dalam satu pengecekan riwayat transaksi Keuangan pada rekening Tabungan dengan nilai. Terdapat dua atribut pertanyaan pada Aspek Jaminan

(Assurance) dengan atribut Pertanyaan Layanan BSI *Mobile* mudah untuk digunakan dan dipelajari. dan BSI *Mobile* dapat memberikan Keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi.. dengan harapan perbaikan kualitas pelayanan Nasabah agar Nasabah Menerapkan Penggunaan *Elektronic Banking* yang Lebih Baik Lagi.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran yaitu:

1. Kepada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk agar dapat terus melakukan pengembangan sistem layanan (inovasi) yang sesuai dengan kebutuhan nasabah pada masa yang akan datang, sehingga dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk dan jasa dari perbankan syariah.
2. Kepada nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad diharapkan untuk lebih efektif lagi dalam menggunakan sistem layanan *Mobile Banking*, keefektifan sistem layanan *Mobile Banking* dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi sesuai dengan kebutuhan paranasabah.

Daftar Pustaka

- [1]. Afif, Anisah Fitriah. 2017. *Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (Servqual) (Studi Kasus Pada “Ukm Empal Gentong Amarta” Cirebon – Jawa Barat)*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia
- [2]. Barusman, M. Yusuf. 2010. *Pemanfaatan E-banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct- Performance Paradigm Di Indonesia*. Lampung : Universitas Bandar Lampung
- [3]. Indah, Dewi Rosa. 2016. *Pengaruh E-banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa..* Nangroe Aceh Darussalam : Universitas Samudera
- [4]. Meliana, A. 2020, *Efektivitas M-Banking sebagai Layanan Digital di Era Pandemi*. Viva.Co.Id.
- [5]. Mulidi Ady, 2021. *Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah Di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi*. Makassar : Universitas Islam Alauddin Makassar
- [6]. Prananda, Dkk. 2019. *Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional
- [7]. Shindu, 2020. *Pemahaman Fasilitas Electronic Banking Pada Bank Syariah Mandiri*. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Jakarta
- [8]. Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Dalam: Bandung: Alfabeta
- [9]. Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [10]. Tjiptono, F., 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, F., 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- [11]. Tjiptono, F., 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- [12]. Tjiptono, F., 2006. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- [13]. Tjiptono, F., 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [14]. Zuhirsyan, Muhammad, dkk. 2021. *Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah*. Medan: Politeknik Negeri Medan