

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan nasabah

Pusat perhatian bagi bank-bank yang beroperasi adalah Kepuasan nasabah, karena mereka menyadari pentingnya peran nasabah dalam perkembangan bisnis mereka. Kehadiran nasabah memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan usaha perbankan. Oleh karena itu, persaingan antar bank menjadi sangat tinggi dalam usahanya merebut perhatian calon nasabah baru agar tertarik untuk menjadi bagian dari nasabah mereka. Dengan demikian, bank-bank melakukan berbagai upaya yang masih dianggap layak demi mengembangkan usaha mereka. Menurut Tse dan Wilton dalam (Prasetyo, 2012), disebutkan kepuasan nasabah adalah respons dari nasabah terhadap penilaian ketidaksesuaian yang mereka rasakan setelah menggunakan layanan bank.

Tiga tingkat kepuasan umum yang mungkin dialami nasabah. Pertama, ketika kinerja suatu produk atau layanan berada di bawah harapan, nasabah akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan merasa puas. Pada tingkat kepuasan tertinggi, kinerja yang melebihi harapan akan membuat nasabah merasakan kepuasan yang sangat tinggi (Zulkarnain, 2020).

Dalam hal ini, konsep kepuasan nasabah tidak hanya mencakup dimensi fungsional, seperti kualitas produk atau layanan, tetapi juga melibatkan dimensi emosional yang memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi nasabah.

Evaluasi subjektif ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, harapan yang terbentuk sebelumnya, dan interaksi dengan merek atau perusahaan. Dengan demikian, kepuasan nasabah menjadi suatu fenomena dinamis yang terus berubah seiring waktu dan pengalaman nasabah

2. Indikator yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut (Indrasari 2019:87-88) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukan bahwa produk yang mereka punya berkualitas. Produk yang berkualitas akan memberikan nilai tambah pada pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Sehingga, pelanggan yang puas akan memungkinkan untuk kembali membeli produk yang sama.

3. Emosional

Pelanggan merasa puas ketika orang lain memuji dia karena menggunakan produk yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi atau nilai sosial di masyarakat.

4. Harga

Produk yang lebih murah dengan kualitas yang setara dengan produk yang lebih mahal dapat memberikan nilai tambah yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Produk atau jasa yang tidak mempunyai biaya tambahan cenderung dapat memuaskan pelanggannya.

2.1.2 *Mobile Banking*

1. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas untuk memungkinkan pelanggan mengakses transaksi dengan cepat dan mendapatkan informasi terbaru dan aktivitas keuangan secara real time. Bank menawarkan layanan kepada nasabah berupa layanan *mobile banking*, hal ini merupakan solusi perbankan yang praktis, aman, dan nyaman, sehingga nasabah dapat mengakses layanan perbankan tanpa dibatasi oleh waktu atau tempat. Nasabah secara individu atau siapa saja yang menggunakan ponsel dengan teknologi GPRS dapat mengakses *mobile banking*. Saluran distribusi bank untuk layanan *mobile banking* menggunakan teknologi GPRS guna memberikan nasabah akses ke rekening mereka dalam telfon seluler (Iriani, 2018). (dalam Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Bsi Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI), n.d.)

M-banking adalah produk yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan dan non- keuangan menggunakan perangkat seluler seperti ponsel dan tablet. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan dengan bantuan perangkat telekomunikasi seluler seperti ponsel atau tablet. (Thesis & Batusangkar, Aisyah Balois Azzahra, 2024/1445 H.)

Menurut Riayu dan Susanto (2021), *m-banking* adalah fasilitas yang diberikan oleh bank dan penyedia jasa untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan. Menurut Hutabarat (2010), *m-banking* adalah fasilitas perbankan yang menggunakan komunikasi bergerak seperti ponsel dan memiliki fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang tunai. Menurut Mattila (2003), *m-banking* adalah layanan perbankan yang menggunakan saluran *wireless* (Rianita & Iqbal Fasa, n.d.).

2. Manfaat Penggunaan *Mobile Banking*

Dengan adanya *m-banking*, bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. *Mobile banking* atau yang disebut *m-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.

Berikut adalah beberapa manfaat *mobile banking* bagi nasabah:

1. Kemudahan Akses: Nasabah dapat mengakses rekening dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu pergi ke bank.
2. Transaksi Cepat: *Mobile banking* memungkinkan proses transaksi yang lebih cepat dibandingkan metode tradisional.
3. Pengelolaan Keuangan: Nasabah dapat memantau saldo, riwayat transaksi, dan mengatur anggaran secara langsung melalui aplikasi.
4. Pembayaran Tagihan: memudahkan pembayaran tagihan rutin, seperti listrik, air, dan internet, tanpa antri.
5. Transfer Uang: Nasabah dapat dengan mudah mengirim uang ke rekening lain, baik di dalam maupun di luar negeri, dengan biaya yang lebih rendah.

6. Notifikasi *Real-time*: Mendapatkan notifikasi langsung tentang transaksi dan perubahan saldo, membantu nasabah tetap terinformasi.
7. Keamanan: Banyak aplikasi *mobile banking* dilengkapi dengan fitur keamanan canggih, seperti otentikasi biometrik, yang melindungi informasi pengguna.
8. Fitur Tambahan: Beberapa aplikasi juga menyediakan fitur investasi, pinjaman, dan perencanaan keuangan, menambah nilai bagi nasabah.

Dengan semua manfaat ini, *mobile banking* semakin menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah dalam mengelola keuangan mereka.

3. Layanan Mobile Banking

Jenis- jenis layanan perbankan syariah yang ada pada *mobile banking* umumnya serupa dengan yang terdapat pada internet banking:

1. Penggunaan *mobile banking*
2. Kemudahan *mobile banking*
3. Ketersediaan fitur
4. Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, tv, zakat, dan lain-lain.
5. Mengelola tabungan, investasi, dan pembayaran, berbelanja online.
6. Berbagi ZISWAF (Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf)

4. Indikator Layanan *Mobile Banking*

Adapun beberapa indikator aplikasi *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

1. Keamanan

Keamanan tidak hanya menjadi masalah yang diangkat dalam proses perancangan dan pengembangan perangkat lunak saja, tetapi keamanan juga dianggap sebagai dimensi mendasar untuk menggerakkan internet banking dan *mobile banking*. (Arcand et al 2016; Harris & Goode 2010: Cahyono, 2023).

2. Kemudahan

Kemudahan serta manfaat yang dirasakan disaat mengakses aplikasi mobile banking, seperti bisa mengakses aplikasi dimana saja dan kapan saja. (Arcand et al 2016; Harris & Goode 2010: Cahyono, 2023)

3. Kenyamanan

Kenyamanan adalah motivasi intrinsik yang dirasakan seseorang berdasarkan kesenangan yang dialami saat menggunakan perangkat elektronik. Pengalaman dan nilai emosional yang diperoleh dari persepsi kenyamanan berperan penting dalam pengembangan aplikasi *mobile banking* (Arcand et al 2016; Baabdullah et al 2019).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki relevansi dengan topik yang akan diteliti. Dengan mengkaji penelitian- penelitian sebelumnya, peneliti dapat memperkuat landasan teoritis dan metodologis yang digunakan dalam penelitian

yang sedang dilakukan. Dalam bagian ini, peneliti menyajikan karya ilmiah terdahulu yang relevan untuk dianalisis, baik yang dipublikasikan maupun belum.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun, Tempat	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	“Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan Aplikasi BSI <i>Mobile</i> di PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Balikpapan Baru 1	Sama-sama variabel independennya Aplikasi BYOND by BSI dan dependennya Kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Tempat penelitian terdahulu di Bank BSI Balikpapan baru 1, sementara penelitian ini di BSI Tasikmalaya, focus penelitian terdahulu dalam Pengguna <i>m-banking</i> ,	Berdasarkan perhitungan menggunakan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> nilai yang diperoleh sebesar 91,88% yang artinya nasabah merasa sangat puas	Skripsi (Hairul Cahya Muhammad, 2022)
2.	“Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank Bsi Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> ”	Sama-sama variabel independennya Aplikasi BYOND by BSI dan dependennya Kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Tempat penelitian terdahulu di Bank BSI Purwokerto sementara penelitian ini di BSI Tasikmalaya, fokus penelitian terdahulu dalam layanan <i>m-banking</i> ,	Berdasarkan perhitungan menggunakan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> nilai yang diperoleh sebesar 80,7692% yang artinya nasabah merasa sangat puas	Skripsi (Sartika Dwi Putri, 2023)
3.	Analisis Kepuasan Nasabah	Sama-sama variabel independennya	Tempat penelitian terdahulu di	Hasil penelitian Berdasarkan perhitungan	Skripsi (Azzahra Balqis

	Dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia KCP Payakumbuh Pasca <i>Hacker</i>	Aplikasi BYOND by BSI dan dependennya Kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Bank BSI KCP Payakumbuh pasca <i>Hacker</i> sementara penelitian ini di BSI Tasukmalaya, fokus penelitian terdahulu dalam Pengguna <i>m-banking</i> ,	menggunakan <i>Slovin</i> nilai yang diperoleh sebesar 99 yang artinya nasabah merasa sangat puas	Aisyah, 2004)
4	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Fitur Sukha Pada Aplikasi <i>Livin'</i> by Mandiri Menggunakan Metode PIECES	Sama-sama variabel independennya Aplikasi BYOND by BSI dan dependennya Kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Tempat penelitian terdahulu di Bank mandiri sementara penelitian ini di BSI purwokerto,	Nilai tertinggi terdapat pada kategori <i>Performance</i> sebesar 3.81 dan nilai terendah terdapat pada kategori <i>Control/Security</i> sebesar 3.57.	Jurnal (Evan Albernan Wibisono & Onny Marleen, 2023)
5	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan <i>Mobile Service Quality</i> dengan Metode CSI	Sama-sama variabel independennya Aplikasi BYOND by BSI dan dependennya Kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Tempat penelitian terdahulu di Bank BSI Balikpapan, Indonesia sementara penelitian ini di BSI Tasikmalaya,	Pada perhitungan metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> didapatkan nilai hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 81,33%, jika dilihat menurut skala CSI hasil tersebut dikategorikan bahwa pelanggan merasa "Sangat Puas" terhadap layanan BRImo	Jurnal (Dini Andini. & Joy Nashar Utamajaya, 2023)

				secara keseluruhan	
--	--	--	--	--------------------	--

2.3 Pendekatan Masalah

Permasalahan aplikasi BYOND by BSI terjadi karena gangguan atau error yang berlangsung selama beberapa hari sejak 9 Februari 2025, yang mengakibatkan nasabah tidak dapat melakukan transaksi keuangan elektronik melalui aplikasi tersebut. Gangguan ini disebabkan oleh proses *upgrade* atau pemeliharaan sistem yang bertujuan meningkatkan kualitas layanan transaksi digital BSI, namun selama proses ini, layanan transaksi melalui *e-channel* seperti aplikasi BYOND, ATM, dan lainnya mengalami kendala.

Dampak dari gangguan ini cukup signifikan, termasuk kesulitan nasabah dalam melakukan transaksi *online*, bahkan ada yang harus mencari alternatif lain untuk kebutuhan finansial sehari-hari. Beberapa nasabah juga mengeluhkan aplikasi hanya menampilkan layar putih saat dibuka dan adanya akun palsu yang mengatasnamakan BSI, sehingga menimbulkan kekhawatiran terkait keamanan data. Manajemen BSI menegaskan bahwa data dan dana nasabah tetap aman selama proses upgrade sistem berlangsung dan mengimbau nasabah untuk menjaga kerahasiaan data pribadi seperti password, PIN, dan OTP serta waspada terhadap potensi penipuan. Nasabah juga disarankan untuk melakukan transaksi langsung di kantor cabang BSI selama gangguan berlangsung.

Kepuasan nasabah adalah prioritas yang paling diutamakan pada dunia perbankan karena merupakan salah satu indikator kunci suksesnya sebuah perusahaan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengedepankan

kepuasan nasabah ke dalam visi organisasi dan menuangkannya ke dalam sebuah misi yang selanjutnya diubah menjadi standar operasional pelayanan (Ardy Febri Putri, 2020).

Menurut Irawati dan Suwarno (2020), Kepuasan nasabah juga bisa diraih dari pelayanan yang berkualitas. Kepuasan nasabah dicerminkan dengan kesesuaian pemenuhan kebutuhan publik, mampu membangun hubungan atas dasar saling percaya. Kepuasan nasabah, yang mencerminkan perasaan individu setelah membandingkan kinerja perusahaan dengan harapannya, memiliki dampak signifikan pada retensi nasabah dan loyalitas.

Tingkat pelayanan dalam industri perbankan diukur melalui perbandingan harapan dan kenyataan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi krusial dalam penilaian nasabah, fokus utama bagi bisnis perbankan, menciptakan kesan positif, dan membangun loyalitas. Hubungan erat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menjadi dasar bagi bisnis perbankan dalam menjalin hubungan yang kuat, (Talunohi dan Sholihah, 2023).

Menurut (Indrasari, 2019,87-88) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukan bahwa produk yang mereka punya berkualitas. Produk yang berkualitas akan memberikan nilai tambah pada pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Sehingga, pelanggan yang puas akan memungkinkan untuk kembali membeli produk yang sama.

3. Emosional

Pelanggan merasa puas ketika orang lain memuji dia karena menggunakan produk yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi atau nilai sosial di masyarakat.

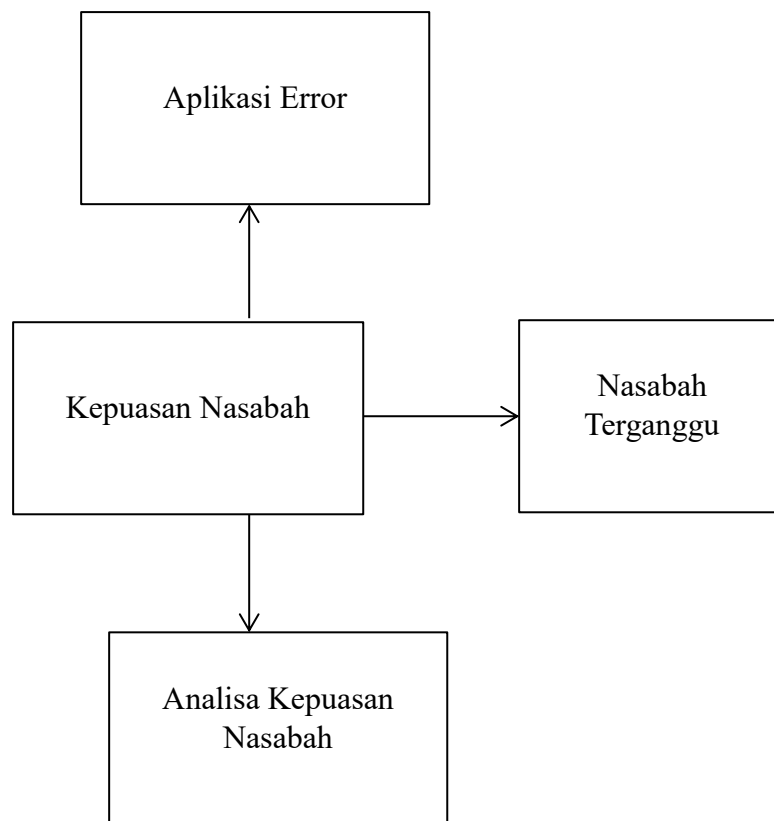
4. Harga

Produk yang lebih murah dengan kualitas yang setara dengan produk yang lebih mahal dapat memberikan nilai tambah yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Produk atau jasa yang tidak mempunyai biaya tambahan cenderung dapat memuaskan pelanggannya.

Berikut skema dari penelekatan masalah sebagaimana dapat dilihat di bawah ini.



Gamabr 2. 1

Skeme Pendekatan Masalah

Sumber: Bagan diolah Penulis