

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dari tahun ke tahun terus menunjukkan perkembangan yang sangat menggembirakan. Salah satu wujud dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah adalah berkembangnya perbankan yang berlandaskan Syariah adapun upaya mendorong pengembangan Bank Syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat muslim Indonesia pada saat ini sangat menantikan suatu sistem perbankan Syariah yang sehat dan terpercaya untuk mengakomodasi kebutuhan mereka terhadap pelayanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah terlebih lagi dengan diberlakukannya UUD No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.¹

Strategi pengembangan perbankan Syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan Syariah di Indonesia saat ini. Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan, dan tidak terkecuali perbankan Syariah adalah perkembangan teknologi dan telekomunikasi dan salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi M-Banking atau Internet Banking. Yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet.

¹Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm. 223.

Pesatnya dari perkembangan teknologi internet telah masuk keberbagai seluruh penjuru dunia yang menawarkan kemudahan dalam jenis- jenis kegiatan yang terwujud didalamnya salah satu bentuknya adalah internet Banking, kemudahannya antara lain dari penawaran jasa perbankan padasitus-situs yang dibuat oleh Bank yang bersangkutan sampai pada tawaran untuk melakukan transaksi secara online melalui jaringan internet. Ini merupakan salah satu teknik memasarkan suatu perusahaan bank baik itu Bank Pemerintah atau Bank Swasta.

Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.²

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (Bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh Bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke Bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali Bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.³

Pada era informasi sekarang ini perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi, konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan,

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 11 ed. Jakarta: Indeks, 2005, hlm. 70.

³ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2012, hlm. 14.

fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia.

“Islam sebagai agama yang mengatur semua aspek kehidupan manusia dan tidak terkecuali dalam bidang ekonomi. Islam mengatur jelas terhadap aspek-aspek perekonomian dan lainnya. Karena segi ini akan berubah dari waktu ke waktu menurut perkembangan peradaban manusia yang dinamis”.⁴

Peningkatan kesejahteraan berhubungan erat perilaku konsumen karena segala keinginan yang akan dilakukan manusia mempengaruhi kesejahteraan dan khayalakan hidup. Kesejahteraan akan terwujud dari kepuasan yang diperoleh antara keinginan dan kebutuhan yang diharapkan, seperti halnya penghargaan dan persamaan hak secara bijak. Dalam perkembangan dunia perbankan ada beberapa faktor utama sebagai dasar pertimbangan bagi nasabah dalam memilih pelayanan perbankan adalah kepercayaan atas kinerja profesional perbankan, seperti jaminan keamanan dana nasabah, efektivitas dan efisiensi layanan jasa perbankan serta dalam mendapatkan unsur kepuasan.

Dengan begitu kini hampir setiap Bank Di Indonesia baik Bank Pemerintah, swasta, konvensional maupun syariah telah menggunakan jasa internet Banking dalam melakukan Transaksi perbankan.

Bank menyediakan layanan m-banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Melalui m-banking, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan

⁴ Ikhwani Abidin, *Diktat Ekonomi Islam*, Jakarta: Tazkia Institute, 2001, hlm.1.

menggunakan *smartphone*. Transaksi m-banking dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.⁵

“Tingkat pertumbuhan Mobile Banking tahun 2021 pada Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan”:

Tabel I.1 Pertumbuhan Mobile Banking Pada Tahun 2021

Bulan	Prekuensi
Januari – Pebruari	9
Maret – April	14
Mei – Juni	17
Juli – Agustus	28
September – Oktober	32
Total	100

Sumber: Data Diolah, 2022

Dilihat dari pertumbuhan Mobile Banking per bulan tingkat Nasabah yang menggunakan semakin meningkat sehingga total pengguna *Mobile Banking* pada tahun 2021 bulan Januari sampai Oktober berjumlah 100 nasabah. *Mobile Banking* juga memiliki sistem perlindungan untuk menjaga keamanan transaksi nasabah.

Walau kelihatan sepintas *Mobile Banking* memberikan banyak keuntungan bagi nasabah. Bukan berarti sistem Mobile Banking tidak ada celah. Penjahat dunia maya terkadang masih juga dapat mencuri data perbankan dan melakukan transaksi dari rekening nasabah, apabila perangkat tersebut terkena virus.

Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan merupakan salah satu Bank yang berada dalam industri perbankan yang juga menyediakan layanan m-banking. Layanan m-banking yang ditawarkan Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan ini mempunyai berbagai fitur menarik yang mampu memudahkan nasabah dalam

⁵ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: Andi, 2011, hlm. 65.

bertransaksi. Fitur yang dapat diakses seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lainnya.

Tabel I.2 Pengguna M-Banking Menurut Usia

Tingkatan	Usia	Frekuensi	Presentase
Remaja	15-18 Tahun	60	75%
Orang Dewasa	18-30 tahun	14	18%
Orang Tua	> 50 Tahun	6	8%
Total		80	100%

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel II.2 di atas, menunjukkan bahwa usia responden nasabah Mobile Banking adalah 15-18 tahun sebanyak 60 orang, 18-30 tahun sebanyak 14 orang, dan yang usia > 50 tahun sebanyak 6 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Mobile Banking Bank Aceh Syariah Sutomo KCP berusia antara 15-18 tahun yaitu sebanyak 60 orang (75%).

Layanan m-banking diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil pra survey diketahui jumlah nasabah bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan pada tahun 2021 adalah 4000 nasabah dan yang menggunakan layanan m-banking yaitu sebanyak 2000 user (pengguna) dan diperoleh presentase sebesar 3% dari keseluruhan pengguna yang ada di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan melakukan pengaduan atau keluhan terkait m-banking ini. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Nanda Pratiwi nasabah Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan, menyatakan bahwa saat mengakses layanan m-banking harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika

koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan m-banking tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi.⁶

Dalam Islam dijelaskan bahwa kepuasan nasabah didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. “Al-Quran telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 83”:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا
وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا
الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ
مُعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”⁷

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan dengan sikap yang baik. Hal ini, akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah nasabah merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah akan berdampak positif bagi lembaga keuangan, karena akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada lembaga keuangan yang bersangkutan.

⁶Hasil wawancara dengan Nanda Pratiwi, nasabah Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan, pada 12 Juni 2021.

⁷ Departemen Agama RI, dalam Al-quran dan terjemahnya QS.Al-baqarah/2:83.

Bank Aceh syariah merupakan salah satu Bank yang telah menggunakan layanan *Mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan. Bank ini selalu berusaha untuk memudahkan pelayanan bagi para nasabahnya terutama dalam hal transaksi. Dengan demikian teknologi informasi dalam hal ini seperti *Mobile banking* sangat berperan sekali dalam menunjang transaksi perbankan syariah, terutama pada Bank Aceh Syariah.

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Peningkatan Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dibuat maka didapat rumusan masalah yaitu:

1. Adakah berpengaruh peningkatan pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan?
2. Bagaimana kendala dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Sutomo KCP Kota Medan?
3. Bagaimana solusi dalam mengatasi kendala dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Sutomo KCP Kota Medan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dibuat maka didapat tujuan dari penelitian yaitu

1. Mengetahui pengaruh peningkatan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan
2. Menganalisis Kendala dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Sutomo KCP Kota Medan.
3. Menganalisis sejauh mana solusi dalam mengatasi kendala dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Sutomo KCP Kota Medan.

b. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan juga pihak karyawan khususnya Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan. Tentang pengaruh peningkatan pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pembaca pada umumnya, dan khususnya bagi mahasiswa-mahasiswi yang berkecimpung dalam bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan masalah peningkatan pelayanan *mobile banking*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini secara teoritis dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang peningkatan pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan.

D. Batasan Istilah

Agar penelitian ini tidak terlalu umum pengertiannya, maka perlu dibuat batasan-batasan istilah dalam sebuah penelitian dan yang menjadi batasan istilah dalam penelitian ini yaitu:

1. Peningkatan Pelayanan

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

2. *Mobile Banking (M-Banking)*

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 pada *handphone*.

3. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan

ekspektasi. Kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan.

4. Bank Syariah

Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya menggunakan *Mobile Banking* dan kerja sama usaha.

5. Prinsip Bank Syariah

Keadilan, Pengaturan bagi hasil atas kegiatan usaha dan penentuan margin keuntungan yang telah disepakati bersama antara bank dan nasabah. Kebersamaan, Pengaturan hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi antara bank dan nasabah.

6. Landasan Hukum Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, Bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia.

E. Hipotesis

Menurut Arikunto Hipotesis merupakan dugaan sementara dalam sebuah penelitian, yang mana dalam hipotesis dugaan tersebut kebenarannya mendekati dengan fakta.⁸ Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah peningkatan pelayanan mobile banking merupakan *dependent* variabel bergantung pada

⁸ Arikunto Suharsimin, *Hipotesis Dalam Pembelajaran Kuantitatif*, Jakarta: Media Press, hlm. 14.

independent variabel yang ditetapkan dalam penelitian yaitu peningkatan pelayanan mobile banking, menurut hukum bisnis Islam Dalam penelitian ini hipotesis yang dikembangkan adalah:

Ha: Adanya pengaruh peningkatan pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan.

F. Sistematika Penulisan

Memudahkan pemahaman dalam laporan ini, maka akan dikemukakan sistematika hasil yang secara garis besar dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Memuat kajian tentang latar belakang masalah, Rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, batasan istilah, telaah pustaka, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Tentang berbagai teori yang menjadi landasan teoritis penelitian, meliputi: peningkatan pelayanan, Mobile Banking, kepuasan nasabah dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Tentang metodologi penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : LAPORAN HASIL PENELITIAN

Menjelaskan lebih lanjut tentang paparan analisis data berdasarkan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran-saran dari penulis sebagai sumbangan pemikiran berdasarkan teori dan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengaruh Peningkatan Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan

1. Pengertian Pelayanan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹ Tentang pengertian pelayanan para ahli mengemukakan pendapatnya yang berbeda-beda satu sama lain. Diantaranya para ahli yang mengemukakan pendapat layanan yaitu sebagai berikut:

Menurut AS. Moenir, pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa layanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.²

Menurut Philip Kotler, pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktifitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002, hlm. 446.

² AS. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta : Bumi Aksara, 2000, cet. Ke-4, hal. 17.

lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.³ Menurut Nina Rahmayanty, pelayanan adalah layanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu Upaya pemerintah untuk memberikan pelayanan publik yang optimal menjadi sangat penting untuk dilakukan. Pelayanan publik harus memperoleh perhatian dan penanganan yang sungguh-sungguh karena merupakan tugas dan fungsi yang melekat pada setiap aparatur pemerintah. Tingkat kualitas kinerja pelayanan publik memiliki dampak yang luas dalam berbagai aspek kehidupan, terutama untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, upaya penyempurnaan pelayanan publik harus dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan dan dilaksanakan oleh seluruh jajaran aparatur pemerintah baik di pusat maupun di daerah. Garvin mengatakan bahwa kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Dengan demikian mutu adalah kondisi dinamis yang bisa menghasilkan pelayanan yang lebih baik, lebih murah, lebih cepat, lengkap dan tuntas. Dengan kata lain jika suatu produk, jasa atau proses yang dihasilkan tidak memenuhi harapan pelanggan berarti produk, jasa atau proses itu kurang bermutu. Maka pelayanan

³ Philip kottler, Marketing Manajemen : *Analisis Planning, Implementation and Control*, Eight Edition, New Jersey, Prentice Hall, 1994, hlm. 446.

kepada pelanggan dikatakan bermutu bila memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sejalan dengan itu dikatakan pula bahwa pengertian mutu dapat diartikan sebagai hasil kinerja untuk suatu proses pekerjaan yang sesuai standar sebagaimana diharapkan oleh pelanggan.⁴

Secara eksplisit, Sianipar menjelaskan bahwa “pelayanan publik dapat dinyatakan sebagai segala sesuatu bentuk pelayanan sektor publik yang dilaksanakan aparatur pemerintah dalam bentuk barang dan jasa, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan ketentuan perundangan yang berlaku”. Widodo mengartikan pelayanan publik sebagai pemberian layanan keperluan masyarakat yang mempunyai kepentingan pada orang itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Selanjutnya di dalam Keputusan Menteri Pendaya gunaan Aparatur Negara (Kepmen PAN) nomor 63 tahun 2003, pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pada hakikatnya, penyelenggara pelayanan publik yang dimaksud di sini adalah pemerintah. Jadi pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai suatu proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh pegawai pemerintah, khususnya instansi yang bertanggung jawab terhadap pelayanan masyarakat. Menurut Widodo, sebagai perwujudan dari apa yang harus diperhatikan

⁴ Juliantara, Dadang. *Peningkatan Kapasitas Pemerintah Daerah dalam Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan. 2005. Hlm. 10-11

dan dilakukan oleh pelayan publik agar kualitas layanan menjadi baik, maka dalam memberikan layanan publik seharusnya:

- a. Mudah dalam pengurusan bagi yang berkepentingan.
- b. Mendapat pelayanan yang wajar.
- c. Mendapat pelayanan yang sama tanpa pilih kasih.
- d. Mendapat perlakuan yang jujur dan transparan.

Hakikat kualitas pelayanan publik menurut Kepmen PAN no. 63 tahun 2003 adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang berasaskan pada:

- a. Transparansi, atau memiliki sifat keterbukaan.
- b. Akuntabilitas, atau dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Kondisional, atau sesuai dengan kondisi untuk memenuhi prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d. Partisipatif, yang berarti mendorong peran serta masyarakat.
- e. Kesamaan hak, atau tidak diskriminatif.
- f. Keseimbangan hak dan tanggung jawab, antara pihak pemberi layanan dan pihak penerima layanan.

Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketentuan tata laksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas apa yang telah diterimanya. Sehubungan dengan itu pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna mutu pelayanan yang :

- a. Memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan.

- b. Memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Standar pelayanan publik, sekurang-kurangnya meliputi:⁵

- a. Prosedur pelayanan, yang dibakukan dan termasuk dengan pengaduan.
- b. Waktu penyelesaian, yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian.
- c. Biaya pelayanan, termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- d. Produk pelayanan, yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- e. Sarana dan prasarana, yang memadai.
- f. Kompetensi petugas, yang harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Dari beberapa defenisi kualitas di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dimana pelayanan mempertemukan atau memenuhi atau bahkan melebihi dari apa yang menjadi harapan konsumen dengan sistem kinerja aktual dari penyedia jasa. Keberhasilan proses pelayanan publik sangat tergantung pada dua pihak yaitu birokrasi (pelayan) dan masyarakat (yang dilayani).

⁵ Pusat Penelitian Universitas Sumatera Utara dan Pelatihan Badan Koordinasi Penanaman Modal, *Pelayanan Perizinan Penanaman Modal*. Jakarta: Media Press, 2006. hlm. 6

3. Macam-Macam Pelayanan

- a. Pelayanan barang yaitu layanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang digunakan.
- b. Pelayanan jasa yaitu layanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan.

4. Fungsi Pelayanan

Salah satu fungsi layanan adalah sebagai standar pelayanan. Fungsi pelayanan harus sesuai dengan prosedur yang ada. Selain itu, layanan dapat menjadi alat untuk mengontrol dan memonitor penyelenggaraan layanan. Serta layanan juga yang mengatur, menentukan ukuran kualitas dan kuantitas yang akan dipenuhi, sekaligus yang menyelenggarakan.⁶

B. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan bagian dari program elektronik banking. Aplikasi teknologi informasi dalam *Mobile banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktifitas bagi pengguna. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, Bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan *mengupdate* data pribadinya secara mandiri.

Fitur layanan internet banking yang dapat dilakukan melalui layanan ini, antara lain:

⁶ Agus dwiyanto, *Manajemen Pelayanan Publik : Peduli, inklusif, dan kolaboratif*, Edisi kedua, 2012, hlm. 99-103.

- a. Info rekening (Informasi saldo dan Mutasi rekening)
- b. Transfer dana (transfer dana antar rekening muamalat, transfer dana antar Bank anggota ATM Bersama, transfer dana antar bank anggota ATM Prima, SKN, RTGS (*Real-Time Gross Settlement* atau *Kliring*), serta daftar transfer terjadwal & berulang)
- c. Pembayaran (pembayaran tagihan telkom group (Telkom, Telkom *Vision*, *Speedy*, *Flexi*), tagihan PLN, tagihan PAM & PDAM, tagihan ponsel/*postpaid* (Telkomsel, XL/Axis, Indosat, Esia, Smartfren, *Three*)
- d. Pembayaran Asuransi (Asuransi takaful dan Asuransi sinarmas)
- e. *Entertainment* (*Indovision/Okevision/Top TV, Nexmedia, topas TV*)
- f. Pembayaran Tiket Garuda
- g. akat Infaq, dan Shadaqoh (*Virtual Account* Muamalat dan Daftar pembayaran jadwal & berulang)
- h. Isi ulang pulsa/*Prepaid*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mei Sadatul Chusna,⁷ bahwa *Mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga *Mobile banking* merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya *Mobile banking* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, seperti:

- a. Mudah dalam penggunaannya
- b. Responnya *real time*, transaksi tercatat secara *real time*

⁷ Ahmad Ifham, *Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm.31

- c. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id, password, dan dinamic password*
- d. Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara *remote*.

2. Manfaat Dari Pengguna *Mobile Banking*

Berikut hasil wawancara yang diperoleh, manfaat mobile banking banyak memiliki keuntungan bagi penggunanya, dari segi mahasiswa, antara lain :

a. Kemudahan

Tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi, Mudah dalam mengecek saldo, Fitur yang dimiliki *mobile banking* juga sangat mudah dimengerti Berdasarkan manfaat *mobile banking* di atas dapat dijelaskan bahwa kemudahan menggunakan *mobile banking* adalah tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi seperti halnya nasabah dapat melakukan *transfer* ke *rekening* bank yang sama maupun berbeda, dapat mengecek *saldo rekening* sehingga ketika nasabah lupa dengan saldo yang mereka miliki , nasabah tidak perlu repot untuk datang ke mesin ATM, lalu fitur yang dimiliki aplikasi *mobile banking* sangatlah mudah untuk dimengerti sehingga nasabah tidak akan merasa kebingungan saat menggunakannya.

b. Keamanan

Dapat menghindari dari penipuan, Terhindar dari perampokan Dari segi keamanan aplikasi *mobile banking* dapat mengurangi resiko penipuan, karena merupakan aplikasi yang menggunakan *user name* dan *password* yang aman dan dapat di atur oleh pemiliknya sendiri sehingga orang lain tidak akan

mudah mengetahui dan menggunakannya, terhindarnya dari perampokan dengan *mobile banking* nasabah tidak perlu datang ke kantor Bank untuk sekedar bertransaksi, karena di jaman sekarang perampokan mudah ditemukan di tempat tertentu terutama pada saat di mesin ATM.

c. Kenyamanan

Tidak perlu datang ke kantor Bank, Menghemat biaya transportasi, Menghemat waktu, Terdapat bukti transaksi, Fasilitas *mobile banking* tersedia 24 jam *Mobile banking* juga memiliki kenyamanan bagi penggunanya karena nasabah tidak perlu datang ke kantor Bank terdekat sekalipun untuk melakukan transaksi, nasabah dapat menghemat biaya transportasi karena dengan *mobile banking* nasabah dapat melakukannya dimana pun termasuk di rumah, *mobile banking* juga dapat menghemat waktu, karena dengan aktivitas yang sibuk dan nasabah ingin melakukan transaksi dengan cepat mereka dapat melakukannya dengan mudah melalui *handphone* dan dapat dilakukan kapan pun mereka inginkan tanpa harus mendatangi mesin ATM.

3. Fitur-Fitur Yang Dimiliki Aflikasi *Mobile Banking*

a. *Transfer*

Fitur transfer dapat dimanfaatkan untuk bertransaksi ke sesama Bank Mandiri maupun ke bank lainnya secara langsung di *mobile banking*.

b. Bayar

Fitur bayar pada aplikasi *mobile banking* dapat dimanfaatkan untuk melakukan pembayaran token listrik, pembayaran pendidikan, dan pembayaran tagihan kartu kredit.

c. Beli

Fitur beli ini dapat di manfaatkan untuk pembelian pulsa elektrik, dan pulsa listrik

d. *E-money*

Fitur *e-money* dapat dimanfaatkan untuk pembayaran Tol, dan pembayaran transportasi seperti transjakarta.

e. Transaksi Tertunda

Fitur transaksi tertunda ini dapat dimanfaatkan untuk melihat transaksi yang nasabah telah lakukan mengalami kegagalan dan dapat mengetahui kesalahan dalam melakukan transaksi.

f. *Top Link*

Fitur *Top link* ini dapat dimanfaatkan untuk isi ulang mandiri *ecash*, dan *Go-Pay*.⁸

4. Upaya yang di inginkan nasabah dalam mengatasi kendala yang terjadi pada *mobile banking* di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan

Upaya yang dilakukan:

- a. Meningkatkan sistem aplikasi mobile banking agar tidak terjadi gangguan/*error*
- b. Selalu mengingatkan kembali kepada nasabah yang melakukan kesalahan pada saat menggunakan aplikasi *mobile banking*
- c. Memberikan kepercayaan penuh kepada nasabah bahwa dengan menggunakan *mobile banking* sangat mempermudah kegiatan nasabah

⁸ Armstrong Abdullah, *M-Banking Dalam Perbankan*, Jakarta: media Press, 2011, hlm.19.

5. Strategi Pemasaran 7P

Strategi pemasaran ,menurut Jerry C.Olson Peter Paul Terkait strategi yang terkait pada m-Banking Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan mempunyai keterkaitan dengan strategi yang pemasaran yang dilakukan Bank tersebut.

Bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix yaitu:

a. *Product* (produk)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran.Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya.Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut. produk tersebut termasuk juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga kebutuhan konsumen terpenuhi dengan ditadak adanya kendala dalam memberikan pelayanan yang baik pada nasabah. Dengan demikian hal tersebut menjadikan daya Tarik pada setiap konsumen untuk tetap bertahan pada produk tersebut. demikian, ini adalah bagian dari strategi penjualan.

b. *Price* (harga)

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk dan jasa.selain itu harga salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakuka transaksi atau tidak. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari presepsi individu yang di latar

belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu dan dimana lingkungan serta kondisi individu itu berada.

c. *Promotion* (promosi)

Kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi *persuasive* pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti Koran, majalah, *tabloid*, radio, *televise* dan *direct mail*.

d. *Place* (saluran distribusi)

Seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen dan disini konsumen sebagai pemilik. Distribusi berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasar dan tersedia saat konsumen mencarinya. Distribusi memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk dan jasa diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran yang dituju dalam proses trasaksinya.

e. *People* (*participants*) Karyawan penyedia jasa layanan maupun penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam layanan itu sendiri, misalnya dalam jasa kecantikan : diantaranya adalah para *reception*, dokter, dan *beauty terapish* nya. Jadi semua pelayanannya akan tergantung kepada karyawan yng berperan yang akan menangani penjual, konsumen, tamu yang ada.

f. *Process* (proses)

Kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian. Pengelola usaha melalui front liner sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Agar proses ini berjalan dengan baik tentunya pihak pemberi pelayanan memberikan cara-cara melayani selama masa transaksi berjalan agar transaksi pelayanan nasabah berjalan dengan baik.

g. *Physical evidence* (lingkungan fisik)

Keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi yaitu keadaan dalam lingkungan tersebut yang akan dijalankan.

Kelengkapan produk layanan yang siap ditawarkan (*one stop service*) lokasi yang strategis, keramahan dan efektivitas pelayanan dan fasilitas yang mendukung kenyamanan konsumen akan membuat konsumen maupun nasabahnya merasa aman dan nyaman serta nasabah akan lebih berpartisipasi ikut untuk mencoba produk yang ditawarkannya.

M-Banking adalah salah satu fitur teknologi yang berupa layanan bagi nasabah bank, yang mengizinkan para nasabah untuk mengakses akun Bank mereka melalui aplikasi *m-Banking* Aceh Syariah pada *smartphone*. Secara khusus *m-Banking* berdampak positif bagi Bank itu sendiri, nasabah dan operator telepon.⁹

⁹ Amstrong Abdullah, *M-Banking Dalam Perbankan*, Jakarta: media Press, 2011, hlm.19.

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah “puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa”.¹⁰ Kepuasan konsumen adalah “situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”.

Kepuasan Nasabah sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak dengan kinerja penjualan. Menurut Schnaars dalam Herawati dan Prayekti yang dikutip Aldilan Julian Satria¹¹, “pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Apabila kenyataan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah puas”.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi terdapat 5 (lima) faktor utama harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan, antara lain sebagai berikut.

a. Kualitas Produk

Hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas. Produk yang berkualitas akan dituntut

¹⁰ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*, Jakarta : Erlangga, 2017, hlm. 196

¹¹ Aldilan Julian Satria, “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah”, *Jurnal Pendidikan dan Tata Negara*, Vol.4, No.3, 2016

konsumen pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, di benak konsumen memberikan nilai tambah pada kualitas produk yang baik.

b. Kualitas Pelayanan

Dibidang jasa pada kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai pada yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Persepsi terhadap produk perusahaan cenderung membuat pelanggan yang puas.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa senang dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Bukan karena kualitas produk kepuasan dapat diperoleh, tetapi dari nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk-merk tertentu.

d. Harga dan Biaya yaitu bahwa “produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya”.¹² Teori selanjutnya yaitu bahwa “pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh

¹² Nadia Agustina dan Achmad Fauzi DH, “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.64 No.1 2018, hal. 95

pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya”.

3. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator dari kepuasan nasabah yaitu antara lain sebagai berikut:

- a. Kinerja merupakan cara kerja karyawan bank apakah sudah memberikan kualitas dan kuantitas baik dalam melaksanakan tugasnya dan juga bertanggung jawab atas apa yang dikerjakannya.
- b. Perasaan puas merupakan emosi positif yang diberikan nasabah terhadap produk atau jasa yang ia gunakan karena sesuai dengan yang ia harapkan sehingga nasabah merasa puas.
- c. Kepuasan Menyeluruh merupakan tanggapan yang diberikan oleh nasabah dimana nasabah merasa puas terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan oleh bank seperti pada penanganan keluhan, penilaian nasabah dan kepatuhan syariah telah terlaksanakan dengan baik dan sesuai dengan keinginan nasabah.

D. Penelitian Terdahulu

Menurut Sugiyono penelitian terdahulu adalah Penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, yang dalam tersebut terdapat beberapa perbedaan baik dalam objek penelitiannya maupun tempat penelitian yang dilakukan oleh si peneliti tersebut.¹³

¹³Sugiyono, *Penelitian Terdahulu pada penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Media Press, 2012, hlm. 12.

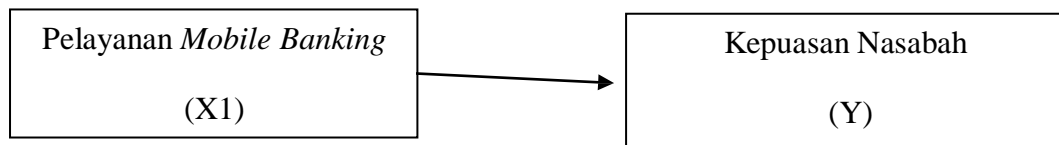
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Selvia Yesta Utami	Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)	X= Kualitas Pelayanan Perusahaan Y=Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini bahwa Kualitas pelayanan perusahaan seluler berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Yogi Yuliansyah	Analisis Pengaruh <i>Layanan Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta	X= Layanan <i>Mobile Banking</i> Y= Kepuasan Nasabah	Layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Nank Syariah.
3.	Siti Nurjanah (2015)	Respon Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Transaksi Melalui Layanan Internet Banking	X= Respon nasabah Y=Transaksi Layanan <i>Internet Banking</i>	Respon nasabah Bank BNI Syariah berpengaruh signifikan transakis melalui layanan <i>Internet Banking</i>
4.	Muhajir (2018)	Tingkat Pembayaran Gaji Pada E-Banking Bank BNI Terhadap Kepuasan Dosen Fakultas Syariah dan Hukum	X=pembayaran E-Banking Y=kepuasan dosen	pembayaran gaji pada E-Banking berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Dosen fakultas Syariah dan Hukum
5.	Mila Karomi Ilah (2015)	Pengaruh layanan <i>E-banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah cabang pembantu BintaroKebayiran Arcade	X= layanan <i>E-Banking</i> Y= kepuasan Nasabah	Hasil pembahasan ini bahwa layanan e-Banking Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan satu variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas satu variabel atau lebih secara mandiri.



Sumber: Diolah Peneliti, 2023.

Sumber: (dibuat oleh penulis, 2023)

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran

H₁ = Ada pengaruh peningkatan pelayanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan Nasabah dalam menabung di Bank Aceh Syariah Sutomo KCP Kota Medan.