



Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking BCA Di Kota Palembang

Amiliya¹, Jesslyn², dan Suci Anggarayni³

¹Universitas Multi Data Palembang

²Universitas Multi Data Palembang

³Universitas Multi Data Palembang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas perkembangan proses digitalisasi ekonomi di sektor perbankan dengan produknya yaitu mobile banking. Untuk merespon hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan *mobile banking* BCA sudah sesuai atau tidak dengan kebutuhan nasabah serta bagaimana tingkat kepuasan nasabah dengan fitur *mobile banking* ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan data yang diolah diperoleh dari hasil wawancara. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Multi Data Palembang yang menggunakan *mobile banking* BCA. Sampel pada penelitian ini diambil dari mahasiswa/i jurusan akuntansi Universitas Multi Data Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan hasil yang menunjukkan bahwa responden yang merupakan nasabah bank BCA pengguna aktif *mobile banking* merasa puas dengan layanan *mobile banking* yang disertai dengan beberapa kekurangan.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, *Mobile Banking*, BCA

Abstract

This study aims to discuss the development of the process of digitizing the economy in the banking sector with its product, namely mobile banking. To respond to this, this study aims to determine whether the use of BCA mobile banking is appropriate or not with customer needs and what is the level of customer satisfaction with this mobile banking feature. This study used a qualitative approach, with the processed data obtained from interviews. The population of this research is Multi Data University Palembang students who use BCA mobile banking. The sample in this study was taken from students majoring in accounting at the University of Multi Data Palembang University. The analysis technique used is descriptive analysis with the results showing that respondents who are BCA bank customers who are active users of mobile banking are satisfied with mobile banking services which are accompanied by several drawbacks.

Keywords: Customer Satisfaction, *Mobile Banking*, BCA

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi terus berkembang pesat di era globalisasi saat ini dan tentunya sangat maju, sehingga dunia usaha tetap memegang peranan penting dan kunci dalam mempercepat, mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah ini meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19 persen dari total penduduk Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentase tersebut lebih tinggi 1,17% dibandingkan periode 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Berdasarkan jenis kelamin, tingkat penetrasi internet laki-laki di Indonesia sebesar 79,32%, lebih tinggi dibandingkan tingkat penetrasi internet perempuan sebesar 77,36%. Sementara penetrasi internet di perkotaan mencapai 77,36% pada 2022-2023. Rasio tersebut juga lebih baik dibandingkan di perdesaan, yaitu 79,79% (APJII: 2022)

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, sektor perbankan melihat adanya peluang untuk lebih mengembangkan layanannya. Bank adalah lembaga kepercayaan publik yang didedikasikan untuk menyimpan dan mengelola keuangan bank (Susilawaty and Nicola, 2020). Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu perusahaan perbankan di Indonesia yang tentunya menyadari bahwa industri perbankan saat ini sangat terbantu dengan pesatnya perkembangan teknologi. Untuk beradaptasi dengan perkembangan ini, mereka mempraktikkan produk. Inovasi yang secara alami mengiringi perkembangan teknologi (Astuti and Kulsum, 2018).

Menurut Novitasari, Manggabarani and Astuti (2021) Bank memperkenalkan inovasi baru dengan tujuan untuk memudahkan proses transaksi nasabah tanpa harus ke bank, dan proses transaksi menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan dalam hitungan menit kapanpun dan dimanapun. Inovasi tersebut menggunakan teknologi *smartphone* yang terhubung dengan internet, sehingga terciptanya suatu produk teknologi yang bernama *mobile banking*. BCA sendiri memperkenalkan fungsi-fungsi seperti Blubank dan khususnya *mobile banking* yang dalam hal ini bertujuan untuk mempermudah perbankan bagi nasabahnya. Di *mobile banking*, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan seperti transfer antar bank, transaksi BCA, investasi melalui BCA dan membayar tagihan rumah tangga seperti tagihan listrik, air dan jaringan. (Astuti and Kulsum, 2018).

Menurut Khusna (2020) *Mobile banking*, yang merupakan bagian dari *e-commerce* sebagai pembawa data perbankan melalui jaringan nirkabel yang disempurnakan, dengan bank merekomendasikan penggunaan teknologi yang ada di *smartphone* untuk mendorong kelancaran dan kenyamanan. Keunggulan *mobile banking* adalah nasabah dapat menggunakannya untuk berbisnis dimanapun, kapanpun, tanpa batas waktu. Layanan *mobile banking* meliputi transfer uang, transaksi non finansial, transfer rekening, pengecekan saldo rekening dan pembayaran tagihan melalui *smartphone*. Penggunaan fungsi *mobile banking* memungkinkan pembayaran tak terbatas antara pelanggan dan bank. Salah satu keunggulan *mobile banking* adalah nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran kapan saja, di mana saja, di luar jam buka bank (Sumarwan, 2015).

Menurut Setyowidodo *et al.*, (2021) Kepuasan nasabah menjadi perhatian khusus BCA, karena kepuasan nasabah merupakan salah satu misi BCA yaitu memahami kebutuhan nasabah yang berbeda dan memberikan layanan keuangan yang tepat untuk mencapai kepuasan nasabah yang optimal. Kepuasan adalah tingkat emosional dimana seseorang melaporkan kinerja produk jasa yang diterima dan hasil perbandingan yang diharapkan (Syifa, 2016). Untuk mencapai kepuasan pelanggan, kualitas layanan adalah ukuran kunci dari kepuasan pelanggan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2012). Dengan menciptakan layanan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses rekeningnya tanpa harus datang langsung ke bank. Jika tentunya hal ini membawa kemudahan dan keuntungan bagi pelanggan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Novitasari, Manggabarani dan Astuti (2021), yang berjudul Analisis Kepuasan Nasabah *Mobile Banking* Pada BCA menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *mobile banking* BCA. Selain itu, penelitian lainnya yang dilakukan oleh Respati, Yulianto dan Kusumawati (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari kedua penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana

kepuasan yang nasabah rasakan dalam bertransaksi dengan aplikasi *mobile banking* yang dimiliki oleh bank BCA.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang tersebut, peneliti bermaksud untuk menguji apakah penggunaan *mobile banking* BCA sudah sesuai atau tidak dan apakah nasabah puas atau tidak dengan adanya fitur *mobile banking* ini. Penelitian ini bertujuan untuk membahas perkembangan proses digitalisasi ekonomi di sektor perbankan dengan produknya yaitu *mobile banking*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* pada bank BCA di Kota Palembang.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Ledtsti (2021) Tinjauan pustaka mencakup uraian tentang tinjauan pustaka di balik gagasan untuk memecahkan masalah. Studi ini juga mendukung proses pencarian teoritis. Dengan adanya penelitian teoritis maka pembahasan dalam penelitian dapat menjadi lebih terbatas dan memudahkan penelitian penulis. Berdasarkan judul penelitian ini, berikut ini dapat dicakup dalam tinjauan pustaka.

Mobile Banking

Febrianta and Indrawati (2016) menyatakan *mobile banking* merupakan bagian dari teknologi perbankan online yang merupakan terobosan dalam layanan informasi perbankan melalui teknologi nirkabel terkini. Meski didahului ATM, telepon, dan internet banking sebagai penunjang perbankan, *mobile banking* menawarkan keunggulan lain yang membuat transaksi menjadi lebih singkat dan efisien. *Mobile banking* dapat digunakan dan dilakukan selama 24 jam dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimana saja selama nasabah dapat mengakses *mobile banking* dengan menyambungkannya pada internet yang ada pada smartphome.

Menurut Rosyidin, Ariyanty dan Kusumahadi (2019) layanan *mobile banking* diakses melalui menu yang telah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal nasabah. *Mobile banking* lebih *user-friendly* dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format SMS yang dikirim ke bank, maupun nomor tujuan SMS bank. Untuk dapat menggunakan *mobile banking*, pelanggan harus terlebih dahulu mendaftar ke bank atau ATM. Nasabah dapat menggunakan layanan *mobile banking* melalui menu aplikasi yang terinstal di ponsel. Pelanggan harus terlebih dahulu mengunduh dan menginstal aplikasi di ponsel. Setelah membuka aplikasi, pelanggan harus memasukkan *username* dan *password* untuk *login*. Dalam hal ini, nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan meminta OTP saat menyelesaikan transaksi.

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi, tanpa harus bepergian keluar dan tanpa takut memikirkan jam operasional dari suatu bank. *Mobile banking* menjadi salah satu indikator mengenai kualitas dari bank. Semakin bank mengupgrade m-bankingnya, semakin banyak pula nasabah yang tertarik untuk mempercayakan dananya ke bank tersebut

Kemudahan Penggunaan

Pemanfaatan teknologi digital dapat memudahkan nasabah melakukan transaksi keuangan. Selama menggunakan *mobile banking* nasabah dapat merasakan dan menilai dengan adanya layanan *mobile banking* yang memberikan manfaat bagi nasabah, maka nasabah tersebut akan merasa puas. kemudahan penggunaan adalah kemampuan yang dimiliki sebuah aplikasi untuk mudah digunakan dan tujuan penggunaannya sesuai yang diinginkan oleh pengguna (Susanti and

Parera, 2021). Bentuk kepuasan tersebut dapat diwujudkan dari kemudahan mengakses, melakukan transaksi dan dapat menyelesaikannya tanpa adanya kesulitan maupun gangguan. Kemudahan penggunaan adalah kemampuan yang dimiliki sebuah aplikasi untuk mudah digunakan dan tujuan penggunaannya sesuai yang diinginkan oleh pengguna.

Kemudahan penggunaan dari aplikasi *m-banking* yang dimiliki suatu bank, juga menjadi indikator dari kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi. Bank yang memperhatikan kualitas dari *m-banking* yang dimilikinya, dapat menarik minat calon nasabah lebih mudah. Hal ini dikarenakan dengan semakin majunya zaman, penggunaan teknologi dalam keseharian sangatlah perlu untuk diperhatikan. Terutama bagi pembisnis – pembisnis pemula yang tidak memiliki waktu yang banyak, dan belum memiliki dana yang cukup banyak untuk mempekerjakan karyawan. Menurut Nurmansyah (2023) aplikasi *m-banking* juga menawarkan berbagai fitur yang mempermudah pebisnis dalam melakukan kegiatan operasional, yaitu :

1. Layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat)
2. Layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya.

Dari penjabaran tersebut, kemudahan penggunaan dari aplikasi *m-banking* perlu untuk diperhatikan oleh bank. Semakin mudah aplikasi digunakan, hal tersebut dapat menarik nasabah baru dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap suatu bank.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menurut Novitasari, Manggabarani and Astuti (2021) yakni hubungan antara konsumen dan penyedia jasa maupun produk. Kepuasan adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menjadi indikator yang paling penting terkait pembelian dan loyalitas pelanggan. Tingkat kepuasan sangat tergantung dengan mutu produk. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen adalah selisih perbedaan antara yang diharapkan pelanggan dengan yang diberikan perusahaan. Dalam sektor perbankan, yang dimaksud dengan pelanggan adalah nasabah pengguna produk perbankan, sehingga perusahaan perlu menganalisis dan terus meningkatkannya.

Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138) yaitu:

1. Niat pembelian kembali (*Re-Purchasing Intention*).
Indikator ini mengukur seberapa sering pelanggan membeli produk atau layanan perusahaan. Semakin tinggi tingkat pembelian kembali, maka semakin puas produk atau layanan yang diberikan. Tingkat pembelian kembali dapat diukur dengan data transaksi pelanggan ke produk perusahaan, baik produk lama maupun produk baru.
2. Kinerja produk
Kinerja produk jika kinerja produk yang dikeluarkan gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan puas dan sebaliknya
3. Kebutuhan
Pelanggan merasakan kepuasan jika produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan atau tujuan mereka.
4. Kesesuaian dengan harapan
Sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli.

Menurut Kotler (2005) beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan dirangkum sebagai berikut :

1. **Sistem Keluhan dan Saran**
Perusahaan yang berpusat pada pelanggan memberikan kemudahan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer-facing*) harus memberikan kesempatan yang memadai kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
2. **Ghost Shopping atau Mystery Shopper**
Salah satu cara untuk mendapatkan gambaran kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang yang berperan atau berperan sebagai calon pelanggan/pembeli produk perusahaan dan pesaing. Mereka kemudian melaporkan wawasan mereka tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka memperoleh produk tersebut.
3. **Analisa Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)**
Perusahaan harus menghubungi pelanggan yang tidak lagi membeli produk perusahaan atau telah beralih ke pemasok lain untuk mencari tahu alasannya.
4. **Survei Kepuasan Pelanggan**
Perusahaan harus menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mencari tahu mengapa hal ini terjadi. Ada dua hal yang harus diperhatikan. Pertama, lakukan wawancara dengan pelanggan yang meninggalkan perusahaan setelah mereka berhenti membeli. Lain adalah untuk melacak jumlah kerugian pelanggan.

Kebutuhan & Keinginan Nasabah

Secara umum, kegiatan perbankan difokuskan untuk mengadakan pelayanan berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah (*customer focus*). Program-program yang dikembangkan bank diaplikasikan melalui tahapan pemahaman kebutuhan nasabah yang kemudian dianalisis untuk diberikan solusi melalui perbaikan proses, serta mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Contoh kebutuhan dan keinginan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan akan produk dan jasa
2. Kebutuhan akan rasa aman dalam menggunakan produk dan jasa tersebut
3. Kebutuhan akan kenyamanan menggunakan produk dan jasa
4. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai
5. Keinginan memperoleh pelayanan yang cepat dan bermutu
6. Keinginan memperoleh manfaat dari penggunaan produk dan jasa
7. Keinginan memperoleh kepuasan dari penggunaan produk dan jasa

Kebutuhan dari nasabah perlu untuk diperhatikan oleh bank. Bank hendaknya berusaha untuk memenuhi kebutuhan dari para nasabahnya agar dapat meningkatkan tingkat loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Untuk menyebarkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan nasabah diperlukan teknik pemasaran yang tepat agar dapat menjangkau nasabah lebih banyak. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan (Wahyono, 2014). Pemasaran bank yang tepat, dapat membuat citra bank baik di mata masyarakat. Dalam mempromosikan produknya, bank juga harus riset kebutuhan dan keinginan calon nasabah terlebih dahulu sebelum menyebarkan informasi dari produk yang ditawarkan oleh bank.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, berikut adalah metode dari pengambilan data dalam penelitian ini.

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Variabel yang dianalisis adalah tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan observasi partisipasi sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan hasil observasi terhadap nasabah pengguna layanan *mobile banking* BCA. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber yang asli baik individu maupun perseorangan seperti adanya hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya dilaksanakan oleh peneliti (Hutagalung and Hutagalung, 2020). Kemudian untuk wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara secara formal kepada nasabah BCA di Universitas Multi Data Palembang yang berada di Kota Palembang.

2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penyusunannya, data penelitian ini diperoleh dari 2 sumber yaitu, data primer yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi. Kemudian ada, data sekunder yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, melalui buku, penelitian sebelumnya, literatur, artikel, serta situs di internet. Dalam penelitian ini target objek (populasi) yang digunakan adalah pengguna layanan *mobile banking* BCA. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Multi Data Palembang yang menggunakan layanan *mobile banking* BCA. Sampel pada penelitian ini diambil dari mahasiswa/i jurusan akuntansi Universitas Multi Data Palembang. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Dimana peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada mahasiswa/i sebagai pengumpulan data, kepada 5 responden yang menjadi pengguna layanan *mobile banking* BCA.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya (objektif). Teknik ini dipilih karena teknik ini dapat mendeskripsikan keadaan yang terjadi dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam. Metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan data yang diperoleh melalui proses wawancara sehingga dapat ditemukan komponen yang berpengaruh kepada kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* BCA. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Multi Data Palembang dengan subjek penelitian yaitu informasi dari hasil wawancara mahasiswa/i Universitas Multi Data Palembang sebagai nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* BCA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari wawancara yang sudah dilakukan penulis terhadap responden yang sudah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan penulis, penulis memperoleh hasil dari tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terhadap *mobile banking* BCA.

Hal ini dibenarkan oleh salah satu responden yang telah diwawancarai oleh peneliti yang menyatakan bahwa:

“Penggunaan teknologi digital saat ini semakin meningkat oleh karena itu bank harus melakukan inovasi untuk menarik nasabahnya agar tertarik menabung di bank tersebut. Salah satunya yang banyak diminati mahasiswa Universitas Multi Data Palembang saat ini adalah bank BCA. Bank BCA memanfaatkan teknologi digital dengan membuat layanan mobile banking sehingga nasabah bias memanfaatkan layanan mobile banking yang telah disediakan dan dapat diakses dengan cepat dan mudah dimanapun berada asal terhubung dengan internet” (Kartiva, 08/06/2023).

“Selain mempermudah menggunakan layanan mobile banking bank BCA juga memberikan banyak fitur yang dapat digunakan oleh nasabah kapan dan dimana saja. Nasabah dapat melakukan transaksi baik keuangan maupun transaksi non keuangan seperti transfer, cek saldo rekening, dan pelunasan tagihan yang dilakukan melalui smartphone. Mobile banking memberikan penawaran yang menarik kepada nasabah seperti memberikan potongan tiket menonton di bioskop, cashback yang lumayan besar, dan melakukan pembayaran tagihan-tagihan beban rumah tangga seperti tagihan listrik, air, dan internet” (Siti Rahma Abdullah, 08/06/2023).

Namun, di balik berbagai manfaat dari *mobile banking* bank BCA, terdapat juga beberapa kendala maupun kekurangan yang dialami responden selaku nasabah dari bank BCA. Dari hasil wawancara inilah penulis dapat mengetahui apa saja kendala yang dialami nasabah dalam bertransaksi. Salah satu responden yang bernama Erika Natasya Sihombing juga menjabarkan beberapa keluhan dan kekurangan yang dihadapi dalam bertransaksi dengan *mobile banking* bank BCA. Berikut penuturannya:

“Penggunaan mobile banking sangat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Namun, terkadang aplikasi dari mobile banking terjadi atau adanya error di saat tak terduga yang menyebabkan adanya hambatan bagi nasabah dalam bertransaksi. Penggunaan mobile banking juga memerlukan layanan jaringan internet yang mendukung, karena jika tidak terkoneksi pada jaringan maka layanan mobile banking tidak akan berjalan. Bank BCA juga memiliki potongan atau biaya yang tiap bulan harus dikeluarkan oleh nasabah. Nasabah berharap bank BCA dapat memperkecil biaya atau potongan yang diterapkan oleh bank BCA pada saat melakukan transaksi maupun tarik tunai” (Erika Natasya Sihombing, 08/06/2023).

Dengan beberapa kutipan wawancara yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil bahwa layanan *mobile banking* dapat mempengaruhi kepuasan penggunaannya atau nasabah pada bank BCA. Pengguna layanan *mobile banking* mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi baik itu transaksi keuangan atau transaksi non keuangan. Banyak fitur yang telah disediakan oleh bank BCA dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Dengan adanya fasilitas tersebut, nasabah tidak perlu datang ke kantor yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan, cukup hanya membuka fitur aplikasi *mobile banking* tadi, mereka sudah bisa melakukan kegiatan transaksi perbankan (Novitasari, Manggabarani and Astuti, 2021).

SIMPULAN

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya *mobile banking* BCA tentunya mempermudah nasabah dengan adanya berbagai fitur yang menunjang nasabah dalam melakukan transaksi untuk berbagai jenis kegiatan. Namun, dengan adanya berbagai manfaat tersebut, tentunya ada beberapa kekurangan yang didapat dari penggunaan *m-banking*. Contohnya yaitu aplikasi yang mengalami *error* secara tiba-tiba, jaringan yang mengalami gangguan, dan potongan biaya adm yang cukup besar bagi para nasabah.

Penelitian ini memiliki berbagai batasan dalam pengambilan datanya, yaitu keterbatasan waktu, keterbatasan biaya, dan lainnya. Penelitian juga tidak dapat dibahas lebih mendalam karena terbatasnya waktu yang dimiliki penulis, serta terbatasnya pengetahuan dari penulis.

Saran yang dapat disampaikan penulis dari penelitian ini yaitu, nasabah dapat menyampaikan kendala yang dialami melalui *customer services* dari BCA. Dengan menyampaikan hal tersebut, BCA dapat lebih berbenah dalam mengatasi keluhan nasabah. Dari sisi BCA, bank dapat mengadakan evaluasi dengan memberikan kuesioner kepada nasabah terkait kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *m-banking* BCA. Dengan saling mengetahui permasalahan dari setiap pihak, baik dari nasabah maupun bank, dapat menciptakan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. and Kulsum, U. (2018) *Pengaruh Pemberian Informed Consent Terhadap*, 9(2), pp. 155–161.
- Febrianta, A. and Indrawati (2016) *Influence of Mobile Banking Service Quality To Customer Satisfaction Bank Bca in Bandung*, *e-Proceeding of Management*, 3(3), pp. 2879–2885. Available at: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3194>.
- Hutagalung, M.A.K. and Hutagalung, M.A.K. (2020) *Analisa Pembiayaan Gadai Emas Di Pt. Bank Syari'Ah Mandiri Kcp Setia Budi*, *Jurnal Al-Qasd*, 1, p. 117. Available at: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22303/al-qasd.1.1.2016.116-126>.
- Khusna, I. (2020) *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Syariah Kc Manado-Tendean*, 3(3), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lestari, A.P. (2021) *Tahukah Kamu Apa Itu Kajian Pustaka?*, *Media Indonesia*. Tersedia pada: <https://mediaindonesia.com/humaniora/435817/tahukah-kamu-apa-itu-kajian-pustaka> (Diakses: 10 Juni 2023).
- Novitasari, C.A., Manggabarani, A.S. and Astuti, M. (2021) 'Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA', *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 19(2), pp. 1–12. Available at: <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.26>.
- Nurmansyah, F. (2023) *21 Aplikasi Bisnis Online Terbaik yang Wajib Bisnis Miliki di 2023, mekari qontak*.
- Rosyid, M.I., Ariyanty, M. and Kusumahadi, K. (2019) *Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung*, *E-Proceeding of Management*, 6(3), pp. 5557–5566.

- Setyowidodo, Y. *et al.* (2021) 'Pengaruh Dimensi', *Pengaruh Dimensi E-Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bca Mobile Pada Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Palembang*, pp. 1–35.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (2 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia
- Susanti, E. and Parera, N.O. (2021) *Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking, International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), pp. 39–48. Available at: <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.
- Susilawaty, L. and Nicola, N. (2020) *Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan, Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), pp. 179–190. Available at: <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>.
- Syifa, A. (2016) *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Reputasi, dan Kebiasaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Bankin Bank BCA di Surabaya*, (2012210374), pp. 1–18.
- Wahyono, B. (2014) *Pengertian Dan Tujuan Pemasaran Jasa Bank, Pendidikan Ekonomi*. Tersedia pada: <http://www.pendidikanekonomi.com/2014/09/pengertian-dan-tujuan-pemasaran-jasa.html> (Diakses: 11 Juni 2023).