

**OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI *MOBILE* DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BSI KCP MAGETAN**

SKRIPSI



Oleh:

Desi Fitriana

NIM 402190125

Pembimbing:

Nurma Fitrianna, M.SM.

NIP. 198908062019032018

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PONOROGO
2023**

ABSTRAK

Fitriana, Desi. Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Magetan. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negri (IAIN) Ponorogo, Pembimbing: Nurma Fitrianna, M.SM.

Kata Kunci: Strategi Optimalisasi, BSI *Mobile*, Dampak Kepuasan.

Bank Syariah Indonesia KCP Magetan melakukan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* berupa edukasi, penyebaran brosur, penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi-strategi tersebut dilakukan dengan tujuan penggunaan layanan BSI *mobile* dapat mencapai optimal. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan, nasabah masih mengeluhkan dengan sistem di BSI *mobile* yang rumit dan minimnya pengetahuan nasabah mengenai penggunaan layanan tersebut. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan nasabah tidak menggunakan layanan BSI *mobile*. Sehingga perlunya dilakukan strategi pengoptimalan penggunaan layanan BSI *mobile* secara maksimal, serta meninjau kembali pelaksanaan strategi yang tepat melalui berbagai keluhan yang dirasakan nasabah demi meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* dan dampaknya dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan. Jenis penelitian adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan, lalu memaparkan data hasil wawancara untuk kemudian dibandingkan dengan teori dari para ahli dan teori dari jurnal serta artikel yang sesuai atau terkait dengan topik penelitian, kemudian data dilakukan analisis dan diambil kesimpulannya.

Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah melalui tiga strategi, yaitu melakukan edukasi kepada nasabah, menyebarkan brosur dan mengembangkan produk layanan BSI *mobile*. Edukasi dilakukan ketika nasabah mendatangi bank dengan materi yang disampaikan berupa penggunaan layanan BSI *mobile*. Strategi melalui penyebaran brosur dilakukan dengan menyebarkan brosur BSI *mobile* melalui media sosial dan diberikan langsung kepada nasabah di bank. Strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* penetrasi pasar dilakukan bank dengan mengunjungi daerah atau wilayah dilingkup kabupaten Magetan yang belum pernah dimasuki, untuk mengenalkan produk serta layanan yang ada di BSI KCP Magetan. Sedangkan strategi yang berupa pengembangan layanan BSI *mobile* dilakukan dengan menyempurnakan serta memperbaiki fitur layanan yang ada di BSI *mobile* serta menambah fitur layanan yang belum ada dan dibutuhkan untuk kepentingan transaksi nasabah. Faktor dilakukannya strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan adalah dikarenakan bersumber dari motivasi bank sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah melalui kemudahan bertransaksi. Faktor lain adalah dari evaluasi keluhan nasabah. Dampak dari pelaksanaan strategi optimalisasi ini dirasakan oleh nasabah. Dampak positifnya adalah nasabah merasa terbantu dengan layanan BSI *mobile*, karena dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan sehingga kepuasan nasabah dengan pelayanan ini cukup meningkat.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama

No	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Desi Fitriana	402190125	Perbankan Syariah	Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI <i>Mobile</i> Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Magetan

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi

Ponorogo, 27 April 2023

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

M. Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Menyetujui


Nurma Fitrianna, M. SM
NIP. 198908062019032018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Magetan

Nama : Desi Fitriana

NIM : 402190125

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Dr. Luhur Prasetya, S.Ag., M.E.I.

NIP 197801122006041002

Penguji I :

Tiara Widya Antikasari, M.M.

NIP 199201012019032045

Penguji II :

Nurma Fitrianna, M.SM.

NIP 198908062019032018

(.....)

(.....)

(.....)



Ponorogo,
Mengesahkan,
Dekan FIB IAIN Ponorogo

Dr. H. Luthfi Ladi Aminuddin, M.Ag.
NIP 19720714200031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Fitriana

NIM : 402190125

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi / Tesis : Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 23 Mei 2023

Berbuat Pernyataan,



Desi Fitriana

NIM 40219012

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Desi Fitriana

NIM : 402190125

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI *MOBILE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BSI KCP MAGETAN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 April 2023

Pembuat Pernyataan,



Desi Fitriana

NIM 402190125

DAFTAR ISI

COVER.....	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Studi Penelitian Terdahulu	11
F. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	23
2. Lokasi/Tempat Penelitian	24
3. Data dan Sumber Data.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data	26
5. Teknik Pengolahan Data.....	29
6. Teknik Analisis Data	30
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	31
G. Sistematika Pembahasan.....	32
BAB II. KAJIAN TEORI OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING DAN KEPUASAN.....	36
A. Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	36
1. Pengertian Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	37
2. Tujuan dan Manfaat Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	38
3. Elemen Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	39
4. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	42
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	43
6. Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	45
B. Kepuasan	45
1. Pengertian Kepuasan	45
2. Manfaat Kepuasan	48
3. Elemen Kepuasan	49

4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	50
5. Strategi Mencapai Kepuasan	51
6. Dampak Kepuasan.....	52
BAB III. OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI MOBILE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia	55
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	56
3. Produk Bank Syariah Indonesia	57
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan	67
B. Data.....	71
1. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI <i>Mobile</i>	71
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI <i>Mobile</i>	78
3. Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI <i>Mobile</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah.....	79
BAB IV. ANALISIS OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI MOBILE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BSI KCP MAGETAN .85	
A. Analisis Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile di BSI KCP Magetan	85
B. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile di BSI KCP Magetan.....	92
C. Analisis Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Magetan	93
BAB V. PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan nasabah merupakan aspek terpenting dari kesuksesan bisnis. Jika nasabah senang dengan tingkat layanan yang ditawarkan, kemungkinan besar konsumen akan menyebarkan berita tentang institusi tersebut kepada orang lain. Nasabah yang kecewa, di sisi lain, lebih rentan untuk berbagi pengalaman negatif dengan orang lain dan menuntut perusahaan. Faktor kepuasan nasabah merupakan salah satu pemimpin dalam penjualan produk perusahaan, masalah ini berkaitan dengan keinginan nasabah bahwa mereka akan bertemu dengan bank yang terlindungi, nyaman dan gampang untuk bertransaksi. Aplikasi dan layanan yang diberikan pada awal mulanya diarahkan untuk memuaskan semua aktivitas keuangan nasabah. Secara umum, nasabah bersifat terbuka dan ingin mendapatkan pelayanan dengan ramah.¹

Kepuasan nasabah juga ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas pelayanan dan produk, menjadi utama bagi perbankan. Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu: produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpunan dana (*funding*), dan produk jasa (*service*). Sehingga dalam meningkatkan kepuasan nasabah, bank perlu memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan kepada para nasabah.² Teknologi informasi berperan sangat penting bagi lembaga perbankan guna untuk kepentingan pelayanan demi kepuasan nasabah. Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak luar biasa bagi industri perbankan salah

¹ Dimas Pangestu, "Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile," *Jurnal Muamalat Indonesia*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 73.

² Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analiss Fiqh dan Keuangan Edisi kelima*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 97.

satunya adalah internet. Strategi bisnis dunia telah dirubah sejak adanya internet termasuk perbankan, internet sebagai elemen kunci dari proses produksi atau pemberian layanan. Salah satu bentuk pengembangan channel baru dalam penyediaan layanan perbankan adalah *electronic transaction* atau dalam bentuk *electronic banking*. Hal ini mengubah strategi perbankan yang sangat bergantung pada teknologi manusia menjadi teknologi informasi.³

Electronic banking adalah salah satu investasi untuk membangun masa depan industri perbankan bidang teknologi informasi. Masa depan industri perbankan sebagian besar bergantung pada kualitas layanan yang diberikan pada nasabah baik itu pembelian, pembayaran, ataupun layanan. Salah satu layanan yang cukup dikenal pada industri perbankan zaman sekarang adalah *e-banking*. *E-banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses melalui internet. Penggunaan *e-banking* menjadi sarana bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, karena aksesnya yang hanya melalui internet. Hal ini ditunjukkan dengan semakin berkembangnya layanan bank berbasis internet atau yang disebut sebagai *e-banking* ini.

4

E-banking menurut buku Bijak Bere-Banking terbitan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, berkomunikasi dan bertransaksi melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Marchine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC)/*Point Of Sales* (POS), *internet banking*, *SMS banking*, *e-commerce*, *vidio banking*, *phone banking*, dan *mobile banking*. *Electronic banking* adalah salah satu investasi untuk membangun masa depan

³ Penelitian dan Pengaturan Direktorat, Perbankan and Indonesia, *Internet Banking di Indonesia*, (Buletin Ekonomi Moneter Perbankan, 2002), 38.

⁴ Wina Sri Lestari, "Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, Tbk KCP SM.Raja Medan," *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2016), 13.

industri perbankan bidang teknologi informasi. Masa depan industri perbankan sebagian besar bergantung pada kualitas layanan yang diberikan pada nasabah baik itu pembelian, pembayaran, ataupun layanan. Salah satu layanan yang cukup dikenal pada industri perbankan zaman sekarang adalah *e-banking*.⁵

Pelayanan jasa *e-banking* merupakan salah satu bentuk pemasaran dari perbankan untuk menghadapi persaingan di era digital, karena selain transaksi mereka juga memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat tentang produk perbankan. Selain itu, salah satu layanan perbankan elektronik atau *e-banking* yang banyak digunakan oleh lembaga perbankan saat ini adalah layanan dengan aplikasi yakni *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan gabungan dari *internet banking* dan *SMS banking*, sebelumnya nasabah hanya bisa bertransaksi dengan menggunakan ATM tetapi kini sudah bisa dengan *mobile banking* melalui *smartphone* mereka.⁶

Mobile banking sendiri adalah fasilitas yang ada di suatu lembaga perbankan untuk memberikan layanan kepada nasabahnya guna mempermudah akses dan mendapatkan informasi transaksi atau transaksi terbaru dengan cepat. Perbankan menggunakan saluran distribusi *mobile banking* guna mengakses rekening nasabah melalui *smartphone* dengan jaringan dan teknologi GPRS, akses *mobile banking* dari *smartphone* yang sudah memiliki teknologi GPRS. Penggunaan layanan *mobile banking* pada *smartphone* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa terkendala ruang dan waktu. Menurut pendapat dari Nurastuti istilah dari *mobile banking* erat kaitannya dengan fasilitas perbankan dan mirip dengan ATM.⁷

⁵ Nelson Tampu Bolon, *Bijak Bere-Banking*, (Jakarta: OJK, 2005), 6.

⁶ Widarni Mariati, "Analisis Layanan E-Banking Dalam Meningkatkan Frekuensi Bertransaksi Nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram)," *Skripsi*, (UIN Mataram, 2020), 4.

⁷ Rika Mawarni, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Optimalisasi Kinerja Digital Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Volume 34, Nomor 1 (2021): 17, <https://ejournal.stieibbi.ac.id>, 12.

Perkembangan *mobile banking* di Indonesia sangat pesat karena layanannya yang bisa memberikan kepraktisan, fleksibilitas, dan kemudahan dalam segala urusan layanan keuangan seperti cek saldo, transfer uang, pembayaran tagihan cukup dengan satu sentuhan jari, pengguna hanya perlu memasukkan PIN dari ponsel sehingga transaksi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Nasabah dapat menggunakan *smartphone* bahkan internet untuk berhubungan dengan bank tanpa harus datang ke kantor. Gambaran *mobile banking* yang mudah dimengerti sebagai ilustrasinya misalnya meja *teller/costumer service* seolah-olah berpindah ketempat nasabah, dimana nasabah pulalah yang menjadi *teller/costumer servicenya*. Sehingga nasabah dapat leluasa melakukan segala macam transaksi selama menu tersebut ada di dalam *mobile banking* yang disediakan lembaga perbankan.⁸

Dengan *mobile banking* nasabah bisa menikmati layanan perbankan selama 24 jam 7 hari dalam seminggu untuk melakukan berbagai transaksi baik finansial maupun non finansial. Adapun transaksi finansial diantaranya transfer antar bank, membayar bulanan rutin seperti listrik, pembelian pulsa, kartu kredit, zakat, dan lain-lain. Selain itu ada juga transaksi non finansial diantaranya informasi saldo, mutasi rekening dan ganti pin, dengan inovasi tersebut pertumbuhan *mobile banking* di Indonesia semakin meningkat.⁹ Data Bank Indonesia (BI) mencatatkan, volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun hingga Mei 2022. Nilai itu mengalami pertumbuhan 67,87% dari posisi yang sama tahun lalu sebesar 1,90 miliar kali transaksi.¹⁰

⁸ Lesti, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking (Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu)," *Skripsi*, (2019), 2.

⁹ Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, and Ane Kurniawati, "Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 4, Nomor 1, (2018), 96–107.

¹⁰ Maizal Walfajri, <https://keuangan.kontan.co.id> Diakses pada 29 Maret 2023, 23.35 WIB.

Meningkatnya pertumbuhan pengguna *mobile banking* menjadi kabar baik bagi seluruh lembaga perbankan, baik bank konvensional maupun bank syariah. Hal ini menjadi bukti, bahwa penggunaan *mobile banking* berhasil mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Sehingga menjadikan persaingan antar lembaga perbankan dengan melibatkan teknologi digital pada layanannya. Seperti halnya Bank Syariah Indonesia (BSI) yang tak ingin kalah dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi, hal ini dibuktikan dengan penyediaan layanan *mobile banking* oleh BSI dengan nama *BSI mobile*.¹¹

BSI mobile adalah fasilitas *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia (BSI) bagi para nasabahnya, yang memiliki akses ke rekening tabungan nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*. Aplikasi ini dapat digunakan di manapun dan kapanpun melalui ponsel. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi *BSI mobile* tidak berbeda jauh dengan pelayanan ATM BSI, antara lain pengecekan saldo, transfer saldo, pembayaran kebutuhan sehari-hari, pembayaran zakat, dan lain-lainnya. Melalui *BSI mobile* nasabah BSI dapat melakukan transaksi keuangan dimana saja dan kapan saja. Nasabah juga dapat menikmati layanan keuangan tercepat hanya dengan menjalankan aplikasi tersebut melalui *smartphone* pribadi milik nasabah.¹²

Ketertarikan nasabah dalam menggunakan layanan *BSI mobile* dipengaruhi pemikirannya terhadap informasi yang didapat, salah satunya adalah informasi atas faktor kemanfaatan. Dasarnya layanan yang memberikan manfaat akan diterima dengan baik oleh nasabah. Semakin banyak nasabah yang merasa bahwa *BSI mobile* bermanfaat maka semakin sering juga penggunaan fasilitas tersebut. Manfaat yang dimaksud yaitu sedalam apa seseorang percaya bahwa dengan penggunaan teknologi

¹¹ Ibid

¹² Jugiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007), 114.

akan meningkatkan kinerja pekerjaan yang dilakukannya. Selain bermanfaat kemudahan penggunaan juga menjadi faktor terpenting yang diperhatikan nasabah ketika menggunakan layanan perbankan. Sesuatu yang mudah untuk digunakan akan dengan mudah juga diterima oleh nasabah, karena dalam praktiknya nasabah akan merasa lebih terbantu.¹³

Nasabah akan mudah terpuaskan jika bank memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapannya, begitu pula sebaliknya jika bank tidak memberikan apa yang dibutuhkan nasabah, maka nasabah akan dengan mudah berpindah ke bank lain untuk memenuhi kepuasan tersebut, dengan demikian bank menciptakan keunggulannya sendiri bagi nasabah. Selain itu bank memfokuskan setiap aktivitasnya pada keinginan nasabah guna memberikan kepuasan tinggi terhadap nasabah dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai profitabilitas bank serta dapat memberikan kemudahan kepada setiap nasabah. Sehingga hal tersebut, dapat dicapai dengan menggunakan strategi yang diterapkan oleh bank yaitu dengan mengukur seberapa tingkat kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya.¹⁴

Nasabah bank saat ini berasal dari berbagai latar belakang dan rata-rata nasabah tidak punya banyak waktu untuk antri di *counter teller* yang terlalu panjang. Layanan *mobile banking* yang dapat membantu nasabah dalam bertransaksi seharusnya menjadi pilihan bagi nasabah untuk mengatasi permasalahan tersebut, dan menjadi layanan yang digunakan oleh seluruh nasabah. Akan tetapi, terkadang adanya pertimbangan untuk menggunakan layanan *mobile banking* karena sistemnya yang rumit dan kurangnya pemahaman mereka dalam menggunakan fitur layanan di *BSI mobile*, bagi sebagian

¹³ Lesti, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking (Masyarakat Kec. Suli, Kab.Luwu)," *Skripsi*, (2019), 3.

¹⁴ Rika Mawarni, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Optimalisasi Kinerja Digital Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Volume 34, Nomor 1 (2021): 17, <https://ejournal.stieibbi.ac.id>, 13.

nasabah mereka akan cenderung tetap menggunakan ATM sehingga memerlukan waktu untuk menuju bank ataupun ATM. Maka dari itu perlunya bank menyusun strategi optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* untuk mengoptimalkan nasabah pengguna layanan *mobile banking*.¹⁵ Seperti halnya yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan.

Layanan BSI *mobile* yang diberikan BSI KCP Magetan kepada nasabah diharapkan untuk meningkatkan produktivitas, meningkatkan kinerja dan mempermudah segala aktivitas perbankan. Sehingga dengan menggunakan layanan BSI *mobile* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dan pencarian informasi. Akan tetapi implementasi penggunaan layanan BSI *mobile* belum sepenuhnya maksimal kepada seluruh nasabah BSI, hal ini dapat berdampak terhadap kurangnya respon kepuasan nasabah yang belum menjadi pengguna BSI *mobile*, sehingga bank berupaya mengoptimalkan penggunaan layanan BSI *mobile* kepada nasabah di BSI KCP Magetan, agar transaksi nasabah lebih mudah dilakukan dan kepuasan nasabah meningkat.¹⁶

Berdasarkan wawancara dengan salah satu nasabah di BSI KCP Magetan, ibu Mariyati (43) menyatakan bahwa rumitnya sistem serta kurangnya pemahaman mengenai penggunaan BSI *mobile* menjadi sebab beliau tetap memilih melakukan transaksi dengan mendatangi bank atau ATM yang tentunya lebih banyak memakan waktu. Menurut keterangan ibu Mariyati, Beliau belum mengetahui secara detail bagaimana penggunaan fitur-fitur atau layanan yang disediakan pada BSI *mobile*, karena kondisi nasabah seusia Beliau yang termasuk gaptek. Selain itu, Beliau juga menuturkan bahwa sering terjadinya trobel dalam sistem BSI *mobile* yang semakin

¹⁵ Ispandi Manurung, et. al. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 28.

¹⁶ Edy Purwanto, *Wawancara*, 23 Januari 2023

menyulitkan Beliau ketika hendak melakukan transaksi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa perlunya pemberian pemahaman mengenai penggunaan layanan BSI *mobile* agar penggunaan dapat mencapai optimal.¹⁷

Optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan oleh bank untuk menciptakan adanya layanan yang baik sehingga akan memperoleh kemudahan bagi nasabah pengguna layanan tersebut. Adanya pelayanan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih efisien berdampak positif terhadap tingkat kemudahan bertransaksi yang memuaskan bagi nasabah.¹⁸ Untuk mencapai optimal pada penggunaan layanan BSI *mobile*, bank harus melakukan strategi, diantaranya: mengedukasi nasabah, menyebarkan brosur, penetrasi pasar, pengembangan produk, kompetisi antar cabang.¹⁹ Dari kelima strategi tersebut, BSI KCP Magetan juga melakukan tiga strategi dalam mengoptimalkan penggunaan layanan BSI *mobile*, diantaranya: melakukan edukasi langsung kepada nasabah mengenai fitur layanan BSI *mobile*, menyebarkan brosur terkait BSI *mobile*, serta mengembangkan fitur layanan BSI *mobile*.²⁰

Sejalan dengan hal tersebut, dalam penelitian kali ini akan membahas secara mendalam mengenai bagaimana BSI KCP Magetan dalam melakukan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu *staff* bank, menyatakan bahwa layanan BSI *mobile* ini ditujukan kepada nasabah guna memudahkan dan mempercepat aktivitas nasabah dalam mengakses keuangan. Dengan strategi yang telah disusun bank,

¹⁷ Mariyati, *Wawancara*, 16 Januari 2023

¹⁸ Rika Mawarni, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Optimalisasi Kinerja Digital Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Volume 34, Nomor 1 (2021): 17, <https://ejournal.stieibbi.ac.id>, 14.

¹⁹ Ispandi Manurung, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 33-35.

²⁰ Edy Purwanto, *Wawancara*, 06 April 2023

diharapkan mampu meningkatkan nasabah pengguna BSI *mobile* serta memudahkan transaksi, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah. Di BSI KCP Magetan memiliki 5.163 nasabah pengguna layanan BSI *mobile*, namun dari jumlah tersebut masih belum maksimal, mengingat jumlah nasabah keseluruhan mencapai 11.121 nasabah.²¹

Melalui observasi awal alasan penulis memilih BSI KCP Magetan sebagai tempat penelitian ini adalah karena letaknya yang strategis berada di kabupaten dan dekat dengan keramaian serta pusat kegiatan perekonomian masyarakat, hal ini membuat bank tersebut menjadi tujuan awal masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan tersebut. Selain itu banyaknya nasabah di BSI KCP Magetan yang belum terdaftar layanan BSI *mobile*, menjadi alasan lain penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pelaksanaan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* tersebut di BSI KCP Magetan. Serta bagaimana hasil dampak dari dilaksanakannya strategi optimalisasi tersebut dalam memudahkan transaksi keuangan nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.

Studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Cahya Hairul dengan mengangkat judul “Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile* Di PT. Bank Syariah Indonesia (Persero) Kantor Cabang Pembantu Balikpapan Baru 1”. Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian berupa analisis mengenai optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile*, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan. Oleh karena itu, penulis telah melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang telah dipaparkan diatas dengan mengangkat judul **“Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Magetan”**.

²¹ Dony, Wawancara, 23 Januari 2023

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang telah disusun oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Magetan?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan?
3. Bagaimana dampak dari optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini juga memiliki beberapa tujuan yang diharapkan dapat tercapai sesuai rencana yang telah ditargetkan, diantaranya tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Magetan.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan.
3. Untuk menganalisis dampak dari optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis, yaitu penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

- a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kontribusi wawasan dan pengetahuan mengenai optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* serta dapat menjadi bahan untuk mengembangkan bidang penelitian perbankan syariah, khususnya mengenai optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah BSI.

b. Praktis

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan baca bagi mahasiswa mengenai penelitian optimalisasi layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Bagi Organisasi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa kontribusi pemikiran dan bahan masukan terutama bagi pihak BSI KCP Magetan mengenai optimalisasi layanan BSI *Mobile* dan dampaknya pada kepuasan nasabah.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya agar dapat menjadi bahan perbandingan serta membantu sebagai referensi dengan jenis penelitian yang sama.

E. Studi Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yudiana, Setyono ²²	Analisis <i>Corporate Social Responsibility</i> , Loyalitas	Analisis <i>Corporate Social Responsibility</i> , Loyalitas Nasabah, <i>Corporate Image</i>	Variabel penelitian = kepuasan nasabah	Isu pada penelitian ini membahas tentang <i>corporate</i>

²² Fetria Eka Yudiana, et. al. "Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Volume 10, Nomor 1, (2016), 1.

		Nasabah, <i>Corporate Image</i> Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah	Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah		<i>social responsibility</i> , loyalitas nasabah dan <i>corporate image</i> , dan tempat penelitian adalah di Bank Syariah Jawa Tengah
2.	Hantagalung ²³	Analisis Penerapan Syariah <i>Compliance</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menjamin teraplikasinya penerapan syariah <i>compliance</i> pada Bank Syariah Mandiri Pringsewu maka Bank mengadakan <i>reading discuss</i> , diskusi banding antara karyawan manajerial, marketing dan operasional untuk menghindari terjadinya <i>fraud</i> , dan penerapan syariah <i>compliance</i> terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Pringsewu sudah menempati posisi puas. Hal ini dapat dilihat melalui garis kontinum, skor yang didapat adalah 2.195 dengan persentase skor sebesar 71,16% dari skor	Variabel = kepuasan nasabah, Metode penelitian = kualitatif, Objek penelitian = nasabah	Isu yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang penerapan syariah <i>compliance</i> , dan tempat penelitian adalah di Bank Mandiri Syariah (BMS) KCP Pringsewu

²³ Anggi Anggraini Hantagalung, "Analisis Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu)," *Skripsi*, (2018), 1.

			yang diharapkan yaitu 2.520. Kategori puas maksudnya Bank Syariah Mandiri Pringsewu sudah menerapkan syariah <i>compliance</i> dengan baik		
3.	Khaliq ²⁴	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan CARTER yang terdiri dari kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin karena semua nilai <i>T-Statistics</i> berada di atas 1.960. Dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi kepatuhan terhadap penerapan prinsip syariah Islam	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Isu yang dibahas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan tempat penelitian di Bank Mandiri Syariah (BMS) Banjarmasin
4.	Fatmawati ²⁵	Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam <i>Complain Handling</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan	Hasil dari penelitian ini adalah Strategi pelayanan prima Bank Muamalat KCP Madiun dalam menangani <i>complain</i> nasabah	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah, Metode	Isu yang dibahas tentang pelayanan prima dalam <i>complain handling</i> , dan tempat

²⁴ Restu Khaliq, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan," *Journal of Management and Business*, Volume 2, Nomor 1, (2019), 1.

²⁵ Wahyuni Nada Fatmawati, "Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam *Complain Handling* Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun)", *Skripsi*, (2021), 1.

		Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun)	telah sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh Bank pusat. Bank Muamlat KCP Madiun memberlakukan nasabah dengan sikap yang ramah, karyawan dituntut untuk memiliki rasa tanggung jawab, dan memiliki kemampuan yang mumpuni. memprioritaskan nasabah prioritas dengan menyediakan fasilitas VIP	penelitian = kualitatif	penelitian adalah di Bank Muamalat KCP Madiun
5.	Pangiuk, Baining, Zawiyah ²⁶	Pengaruh Digitalisasi Bank Syariah Mandiri Dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian diketahui bahwa variabel <i>efficiency</i> , <i>fulfillment</i> , dan <i>contact</i> memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel yang mendominasi terhadap pengaruh kepuasan nasabah adalah variabel <i>contact</i> . Adapun variabel <i>privacy</i> , dan <i>responsiveness</i> tidak memiliki pengaruh. Sedangkan pada hasil uji simultan, keenam variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah	Metode penelitian yang digunakan kuantitatif, Isu yang dibahas tentang pengaruh digitalisasi BS, dan tempat penelitian di Bank Mandiri Syariah (BMS)

²⁶ Ambok Pangiuk, et. al. "Pengaruh Digitalisasi Bank Syariah Mandiri Dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah," *Skripsi*, (2019), 1.

6.	Herawati, Sulistyowati ²⁷	Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan fasilitas teknologi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo, variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, fasilitas teknologi dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, fasilitas teknologi dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. Hasil uji R^2 menunjukkan nilai total R^2 sebesar 0,8872 atau 88,72%, artinya variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, fasilitas	Variabel = kepuasan nasabah, Isu = optimalisasi layanan, Objek = nasabah	Perbedaan metode penelitian yaitu metode kuantitatif, dan tempat penelitian yaitu di Bank Mandiri Syariah (BMS) Solo
----	--------------------------------------	--	---	--	--

²⁷ Nunuk Herawati dan Murni Sulistyowati, "Startegi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Pelayanan, Penangan Komplain dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo," *Journal Of Management, Business And Education*, Volume 6, Nomor 2, (Desember 2019), 1.

			teknologi, dan kepuasan nasabah mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah sebesar 88,72% sisanya sebesar 11,28% dijelaskan oleh variabel lain di luar model		
7.	Nurdin, Musyarafah, Nurfitriani, Jalil ²⁸	Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kecepatan memiliki nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau sebesar $1,338 < 1,683$ dan nilai signifikan sebesar $,190 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, variabel keamanan memiliki nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau sebesar $-,472 < 1,683$ dan nilai signifikan sebesar $,640 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak, variabel akurasi data memiliki nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau sebesar $,990 < 1,683$ dan nilai signifikan sebesar $,329 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak, variabel kepercayaan memiliki nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau sebesar $4,142 >$	Variabel = kepuasan nasabah, Isu = layanan <i>mobile banking</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu, dan tempat penelitian adalah di IAIN Palu

²⁸ Nurdin, et. al. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Journal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Volume 2, Nomor 1, (2020), 1.

			1,683 dan nilai signifikan sebesar ,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dan H_4 diterima. Dan uji R^2 0.601, hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas (kecepatan, keamanan, akurasi data, dan kepercayaan) dapat menjelaskan variabel terikat (kepuasan nasabah) sebesar 601%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti		
8.	Marliani ²⁹	Perbandingan Layanan Muamalat Mobile Dengan Muamalat Digital Islamic Network (DIN) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Al-Kautsar	Hasil dari penelitian ini bahwa dalam aplikasi muamalat mobile dan muamalat digital islamic network, yang lebih memberikan tingkat kepuasan pada nasabah adalah aplikasi muamalat digital islamic network, karena dalam muamalat digital islamic network fitur – fitur nya lebih lengkap, serta biaya transaksinya lebih murah.	Metode = kualitatif, Objek penelitian = nasabah, Variabel = kepuasan nasabah	Isu yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang perbandingan Layanan Muamalat mobile dengan Muamalat DIN, dan tempat penelitian yang digunakan adalah di Bank Muamalat KCP Al-Kautsar

²⁹ Selly Marliani, “Perbandingan Layanan Muamalat Mobile dengan Muamalat Digital Islamic Network Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Skripsi*, (IAIN Metro: 2021), 1.

9.	Wardani ³⁰	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna <i>Mobile Banking</i>)	Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>mobile banking</i> secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di masa pandemi covid-19. Secara parsial, kualitas layanan <i>mobile banking</i> mempengaruhi kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di masa pandemi covid-19	Variabel = kepuasan nasabah, Isu = layanan <i>mobile banking</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Objek penelitian adalah mahasiswa UI Malang pengguna <i>mobile banking</i> , dan tempat penelitian adalah di UI Malang
10.	Triyanti, Kaban, Iqbal ³¹	Peran Layanan <i>Mobile Banking</i> Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah namun tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Meskipun demikian, kualitas layanan <i>mobile banking</i> tetap berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui peran kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah	Variabel = kepuasan nasabah, Isu penelitian = layanan <i>mobile banking</i> , Objek penelitian = nasabah	Perbedaan metode penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif, dan tempat penelitian yaitu di Bank Mandiri Syariah (BMS) KCP Tomang

³⁰ Navilah Laila Wardani, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Mobile Banking)," *Skripsi*, (2021), 1.

³¹ Debi Triyanti, et. al., "Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, (2021), 1.

			memediasi kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah bank syariah		
11.	Zahira ³²	Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan <i>Mobile Banking</i> Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland	Penelitian ini memperoleh hasil mengenai pengoptimalan penggunaan sistem layanan <i>mobile banking</i> dalam menarik minat nasabah ini dengan memperkenalkan lebih detail kepada nasabah saat pembukaan rekening ataupun bertransaksi lainnya, lalu mempromosikan baik dengan iklan, sosial media, promo-promo menarik lainnya. Selain itu kendala beserta solusi yang dilakukan PT Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Cileungsi Metland dalam pengoptimalisasian penggunaan <i>mobile banking</i> biasanya terkait aplikasi yang <i>offline</i> dan endapan dana, maka solusinya dengan menyarankan membuat pelaporan ke cabang terdekat	Metode penelitian = kualitatif, Isu penelitian = optimalisasi layanan <i>mobile banking</i> , Objek penelitian = nasabah	Perbedaan variabel penelitian yaitu minat nasabah, dan tempat penelitian yaitu di BSI KCP Bogor

³² Hasna Zahira, "Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), 5.

			dan memberitahukan secara detail tentang kendala tersebut sampai nasabah paham		
12.	Khumaini, Fahrudin, Samsuri ³³	Pengaruh Fasilitas Layanan <i>Internet Banking</i> Dan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t parsial terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas layanan <i>internet banking</i> terhadap kepuasan nasabah dan memiliki hubungan yang positif. Dan terdapat pengaruh yang signifikan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah dan memiliki hubungan yang positif. Dan berdasarkan uji F secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas layanan <i>internet banking</i> dan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah, Isu = layanan <i>mobile banking</i>	Metode penelitian yaitu kuantitatif, dan tempat penelitian yaitu di BSI KCP Tangerang

³³ Sabik Khumaini, et. al., "Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang," *Al-Maal: Journal Of Islamic Economics and Banking*, Volume 3, Nomor 2, (2022), 1.

13.	Fajria ³⁴	Optimalisasi Strategi Layanan <i>Mobile Banking</i> Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu/KCP Nganjuk	Hasil penelitian yang diperoleh (1) Sistem optimalisasi <i>mobile banking</i> yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Nganjuk dalam meningkatkan rasa loyalitas setiap nasabahnya yaitu sistem <i>mobile banking</i> memberikan kemudahan kepada para nasabah dan <i>mobile banking</i> senantiasa mengadakan update layanan, dengan memperbaiki sistem agar lebih lengkap dan dilakukan secara berkala sesuai dengan kebutuhan. (2) Desain optimalisasi <i>mobile banking</i> yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Nganjuk dalam meningkatkan rasa loyalitas pada nasabah yaitu memperhatikan fitur-fitur <i>mobile banking</i> agar tetap dapat diakses dengan mudah dan memiliki fitur-fitur yang menarik (3) Optimalisasi strategi layanan	Metode penelitian = kualitatif, Isu penelitian = optimalisasi layanan <i>mobile banking</i> , Objek penelitian = nasabah	Variabel penelitian adalah loyalitas nasabah, dan tempat penelitian adalah di Bank Muamalat KCP Nganjuk
-----	----------------------	---	--	--	---

³⁴ Putri Fitriani Fajria, "Optimalisasi Strategi Layanan Mobile Banking Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu/KCP Nganjuk," *Skripsi* (Tulungagung: UIN Tulungagung, 2022), 1.

			<i>mobile banking</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Nganjuk yaitu, dengan melakukan dan menerapkan lima dimensi yakni <i>tangibles</i>, <i>realibility</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>emphaty</i>. Dalam mengoptimalkan <i>mobile banking</i> Bank Muamalat juga memberikan sosialisasi kepada nasabah antara lain mengedukasi nasabah, mengajak nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>, sosialisasi di media sosial, mengoptimalkan sistem keamanan perbankan, serta memperbanyak fitur-fitur yang dibutuhkan nasabah.		
14.	Chairunnisa ³⁵	Pengaruh Layanan <i>Digital</i> dan <i>Non Digital</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan variabel layanan <i>digital</i> terhadap kepuasan nasabah. Ada pengaruh yang signifikan variabel pelayanan <i>non digital</i> terhadap kepuasan nasabah.	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Isu yang dibahas adalah layanan <i>digital</i> dan <i>non digital</i> ,

³⁵ Lia Chairunnisa, "Pengaruh Layanan Digital dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah", *Skripsi*, (2022), 1.

			Ada pengaruh layanan <i>digital</i> dan <i>non digital</i> terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia		dan tempat penelitian di BSI KCP Medan
15.	Kartika, Segaf ³⁶	Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah <i>Mobile Syariah Banking</i> di Masa Pandemi Covid-19	Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah <i>mobile banking</i> syariah di kota Malang pada masa pandemi Covid-19, aspek <i>Usability</i> dan <i>Realibility</i> lebih diprioritaskan dibandingkan aspek lainnya, namun secara keseluruhan aspek <i>ease</i> , <i>usability</i> , <i>compliance</i> , <i>assurance</i> dan <i>realibility</i> juga mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> syariah di Kota Malang selama masa pandemi Covid-19	Variabel = kepuasan nasabah, Objek penelitian = nasabah, Isu penelitian = optimalisasi penggunaan layanan <i>mobile banking</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dan tempat penelitian di Malang

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana pengumpulan datanya melalui pengkajian secara langsung di

³⁶ Garini Kartika, Segaf, "Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking di Masa Pandemi Covid-19," *Journal Manajerial*, Volume 9, Nomor 2, (2022), 1.

lapangan pada suatu fenomena secara ilmiah.³⁷ Dalam penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan data langsung di BSI KCP Magetan untuk meninjau dan mengumpulkan data yang berkenaan dengan judul dari penelitian ini, yaitu Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Magetan.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana definisi dari pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat deduktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³⁸

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat deduktif/kualitatif, metode kualitatif adalah suatu metode yang menggunakan wawancara lapangan. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena penulis tertarik dengan sebuah fenomena lapangan mengenai optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan. Dimana pendekatan yang sesuai dengan objek tersebut yaitu dengan pendekatan kualitatif, yang lebih mendasar pada pendeskripsian data.

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Magetan, yang beralamat di Jl. MT. Haryono No. 9, Dusun Karanganyar,

³⁷ Irkhamiyati, "Evaluasi Persiapan Perpustakaan STIKES 'Aisyiyah Yogyakarta Dalam Membangun Perpustakaan Digital," *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Volume 13, Nomor 1, (Juni 2017), 41.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 18.

Desa Kepolorejo, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Sebelum adanya penggabungan tiga Bank syariah (yaitu penggabungan antara BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah), BSI KCP Magetan dahulunya adalah BRI Syariah. Setelah melalui proses merger atau penggabungan antara ketiga bank syariah tersebut, akhirnya BRI Syariah Magetan kini menjadi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data merupakan sekumpulan keterangan ataupun fakta yang dibuat dengan kata-kata, kalimat, simbol, angka, dan lainnya. Data disini didapatkan melalui sebuah proses pencarian dan juga pengamatan yang tepat berdasarkan sumber-sumber tertentu. Adapun pengertian lain dari data yaitu sebagai suatu kumpulan keterangan atau deskripsi dasar yang berasal dari obyek ataupun kejadian. Dimana di dalam kumpulan keterangan tersebut diperoleh dari hasil pengamatan yang selanjutnya diolah menjadi bentuk lain yang lebih kompleks. Baik berupa informasi, database, dan lainnya.³⁹

Adapun data-data yang peneliti butuhkan untuk memecahkan masalah dalam menyusun penelitian ini adalah:

- 1) Data tentang strategi optimisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Magetan.
- 2) Data tentang dampak dari optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.

b. Sumber Data

³⁹ Gramedia.com, sumber: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-data/> diakses pada, 01 Februari 2023, pukul 21.29.

1) Data Primer

Data primer adalah data basis atau utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti. Maka proses pengumpulan datanya perlu memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini yang akan menjadi sumber data primer yakni *customer service, teller, branch manager* dan tiga nasabah di BSI KCP Magetan.

Nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini berdasarkan kriteria-kriteria diantaranya:

- a) Bersedia menjadi subyek penelitian
- b) Subyek sudah menjadi nasabah di BSI KCP Magetan
- c) Subyek sudah atau akan memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile* di *smartphone* mereka

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder bisa dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku, situs, atau dokumen pemerintah. Pada data sekunder data yang diperoleh tidak perlu diolah lagi, sehingga sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁰ Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini diantaranya dengan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Kata observasi berasal dari bahasa latin yang memiliki arti melihat dan memperhatikan. Dalam dunia nyata, observasi erat berkaitan dengan objek dan fenomena baik faktor penyebab dan dampak secara luas. Orang-orang yang melakukan observasi mendapat sebutan pengamat. Pengertian observasi secara umum adalah kegiatan pengamatan pada sebuah objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar terkait objek tersebut. Pengujian yang diteliti dan diamati bertujuan untuk mengumpulkan data atau penilaian. Metode pengamatan harus dilakukan secara sistematis guna mendapatkan informasi yang akurat. Kegiatan pengamatan yang dilakukan memiliki karakteristik tersendiri yaitu objektif, faktual dan sistematis.⁴¹

Observasi merupakan metode untuk memperoleh data melalui pengamatan secara langsung di lapangan pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini observasi dilakukan secara langsung dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung kondisi di lapangan tempat penelitian, yaitu di BSI KCP Magetan.

b. Wawancara

⁴⁰ Ibid., 296.

⁴¹ Sanafiah Faisal, 1990.

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih antara pewawancara dan narasumber untuk saling bertukar informasi melalui kegiatan tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara biasanya sering dilakukan pada saat pewawancara melakukan penelitian. Karena dengan wawancara, data-data serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dapat terealisasikan. Wawancara sendiri terdiri dari 3 macam, yaitu wawancara terstruktur (*structured interview*), wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*), dan wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*).⁴² Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan wawancara jenis tak berstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁴³ Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dengan mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh pihak yang diwawancara (narasumber). Dalam hal ini penulis menggali data dan informasi dari enam narasumber yang merupakan tiga orang staff karyawan dan tiga orang nasabah di BSI KCP Magetan. Adapun tahap dalam melakukan wawancara adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan topik yang akan dibahas demi mencapai tujuan
- 2) Menentukan siapa yang akan diwawancarai
- 3) Menyusun pertanyaan
- 4) Melaksanakan wawancara

⁴² Ibid., 305.

⁴³ Ibid., 306.

5) Mentranskrip hasil wawancara

6) Menyusun hasil wawancara

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencari dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain.⁴⁴

5. Teknik Pengolahan Data

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.⁴⁵

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting untuk dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data berikutnya.

⁴⁴ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 152.

⁴⁵ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, Volume 17, Nomor 33, (2018), 91.

Inti dari reduksi adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara, diubah menjadi bentuk tulisan sesuai dengan formatnya masing-masing. Penyederhanaan data dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan rumusan masalah penelitian yaitu tentang optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan.⁴⁶ Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali. Langkah peneliti dalam penelitian setelah data direduksi yaitu menyajikan data dalam bentuk naratif.

c. Penyuntingan (*Editing*)

Penyuntingan merupakan kegiatan meneliti kembali data-data yang telah diperoleh, apakah sudah cukup baik, dan selanjutnya dapat dipersiapkan untuk proses berikutnya. Data yang diteliti kembali berupa kelengkapan, kejelasan makna, keserasian antara satu dengan yang lainnya.⁴⁷ Dalam penelitian ini, penulis memeriksa kembali data yang sudah diperoleh dalam penerapan layanan

⁴⁶ Ibid., 94.

⁴⁷ Umar Sidiq, et. al. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 50.

BSI *Mobile* dan dari berbagai literature buku sebagai sumber teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan penemuan terbaru yang dapat berupa gambaran suatu objek yang masih belum jelas, berupa hubungan interaktif atau kausal, dan teori. Dalam penelitian ini penulis menarik kesimpulan dari seluruh proses pengumpulan data untuk kemudian disusun secara sistematis.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari lapangan berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan bahan lain, sehingga penemuannya dapat diinformasikan kepada orang lain serta dapat dengan mudah dipahami. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data deduktif. Metode deduktif merupakan kegiatan menganalisis data yang sudah terkumpul dengan menguraikan hal-hal yang bersifat umum pada kesimpulan yang bersifat khusus. Setelah memperoleh data penelitian, kemudian penulis menganalisis data tersebut mengenai optimalisasi penggunaan layanan digital BSI *Mobile* di BSI KCP Magetan serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah untuk memastikan kesesuaiannya dengan teori yang digunakan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan dalam pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data yang telah dilakukan. Triangulasi data merupakan bentuk pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain selain data sebagai pembandingan data penelitian.

Teknik triangulasi dilakukan melalui pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi agar derajat kepercayaan data dapat dikatakan valid.

Uji keabsahan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dan metode merupakan teknik pengecekan untuk mendapatkan data dari sumber dan metode yang berbeda. Penulis menjadikan pihak staff dan beberapa nasabah di BSI KCP Magetan sebagai sumber data serta observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dan tolak ukur pengecekan keabsahan data untuk kemudian diolah menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh hasil penelitian yang sistematis maka diperlukan sistematika pembahasan guna untuk mempermudah penulisan dan mempermudah pembaca dalam memahami isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab. Diantaranya adalah sebagai berikut:

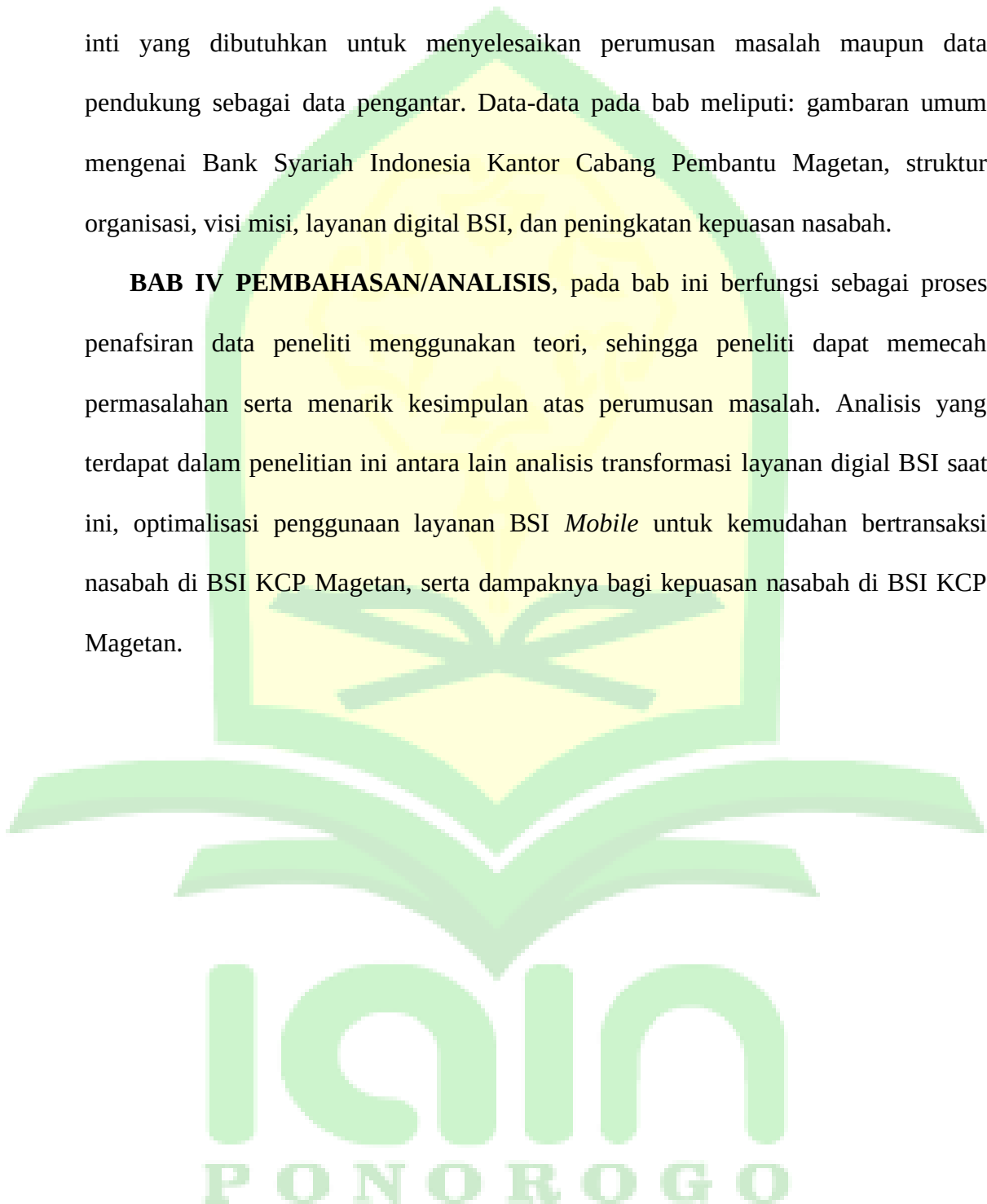
BAB I PENDAHULUAN, bab ini merupakan langkah awal dari penyusunan proposal kualitatif ini, serta ditujukan untuk menetapkan fokus permasalahan yang dituangkan dalam perumusan masalah. Bab ini berfungsi sebagai gambaran umum untuk memberi pola pemikiran keseluruhan skripsi yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI, berisi tentang landasan teori dan studi penelitian terdahulu. Bab ini berfungsi untuk menjelaskan telaah kajian terdahulu yang digunakan sebagai landasan melakukan penelitian. Bab ini juga ditujukan untuk menguraikan

dasar-dasar teori yang digunakan peneliti dalam memperkuat penelitian, yang meliputi teori mengenai layanan digital BSI dan kepuasan nasabah.

BAB III PAPARAN DATA, pada bab ini berisi tentang paparan data baik data inti yang dibutuhkan untuk menyelesaikan perumusan masalah maupun data pendukung sebagai data pengantar. Data-data pada bab meliputi: gambaran umum mengenai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan, struktur organisasi, visi misi, layanan digital BSI, dan peningkatan kepuasan nasabah.

BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS, pada bab ini berfungsi sebagai proses penafsiran data peneliti menggunakan teori, sehingga peneliti dapat memecah permasalahan serta menarik kesimpulan atas perumusan masalah. Analisis yang terdapat dalam penelitian ini antara lain analisis transformasi layanan digital BSI saat ini, optimalisasi penggunaan layanan BSI *Mobile* untuk kemudahan bertransaksi nasabah di BSI KCP Magetan, serta dampaknya bagi kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.



BAB II

OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN KEPUASAN

A. Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

1. Pengertian Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Dasar dari makna optimalisasi adalah yang terbaik, yang tertinggi, yang paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya). Optimalisasi dalam hal ini dapat dimaknai sebagai suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih baik dan sempurna, fungsional, atau lebih efektif.¹ Sehingga, berdasarkan pengertian optimalisasi diatas dapat disimpulkan bahwa optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* berarti suatu tindakan atau proses yang dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan layanan *mobile banking* terhadap nasabah agar transaksi yang dikehendaki oleh nasabah lebih mudah, efektif serta efisien untuk dilakukan, karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja secara online.

Mengenai proses penggunaan layanan *mobile banking* untuk mencapai optimalisasi banyak hal yang harus diperhatikan terutama dalam menyusun rencana perluasan pengguna layanan *mobile banking* yang mana akan menjadi landasan dalam proses pengoptimalan. Optimalisasi pengguna layanan *mobile banking* merupakan upaya dalam memaksimalkan jumlah pengguna layanan

¹ Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gita Media Press, 2015), 562.

mobile banking.² Semakin bertambah jumlah pengguna layanan *mobile banking* maka proses transaksi nasabah akan semakin efektif, efisien dan tanpa memakan banyak waktu. Hal ini juga berpengaruh terhadap kecepatan kinerja bank dalam melayani nasabah karena terbantu dengan pelayanan *online* dalam bentuk layanan *mobile banking* ini.

2. Tujuan dan Manfaat Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Berdasarkan pengertian diatas, tujuan dari dilaksanakannya kegiatan optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* tersebut adalah sebagai berikut:³

- a. Memperoleh hasil lebih baik
- b. Memudahkan transaksi nasabah
- c. Menghemat waktu serta tenaga
- d. Memaksimalkan pemanfaatan teknologi dalam dunia perbankan yang sudah ada
- e. Mempercepat transaksi yang dikehendaki nasabah

Sedangkan manfaat dari optimalisasi adalah untuk mengetahui tujuan, mengidentifikasi kendala serta memberikan solusi yang lebih cocok kemudian dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.⁴ Optimalisasi yang dilakukan pada penggunaan layanan *mobile banking* dapat memperluas pengguna layanan *mobile banking*, maka transaksi nasabah pun semakin mudah untuk dilakukan. Sehingga penerimaan layanan kepada nasabah cepat terselesaikan oleh bank.

² Muhammad Alfarizi, Rastinia Kamila Hanum, and Syaibatul Aslamiyah Hidayat, 'Optimizing the Use of Sharia Digital Transactions To Support Indonesia's Economic Recovery', 6.1 (2021), 122–32 <<https://doi.org/10.20473/jiet.v6.i1.25977>>.

³ Hasna Zahira, "Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland," *Skripsi* (UIN Syarif Hodayatullah Jakarta, 2022), 30.

⁴ Ibid., 36.

Maka dapat disimpulkan bahwa melalui layanan *mobile banking* aktivitas transaksi yang dihendaki oleh nasabah akan semakin mudah, efektif dan tentunya efisien, karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan aksesnya melalui *smartphone*. Maka dari itu kegiatan optimalisasi pengguna layanan *mobile banking* ini memiliki manfaat yang diperlukan. Jika transaksi mudah, maka hal ini akan berdampak terhadap kepuasan nasabah.

3. Elemen Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Terdapat tiga elemen indikator permasalahan optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* yang harus diidentifikasi, diantaranya adalah sebagai berikut:⁵

a. Tujuan

Tujuan dari optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* dapat berbentuk maksimalisasi atau minimalisasi. Maksimalisasi digunakan untuk tujuan pengoptimalan yang berhubungan dengan keuntungan, penerimaan, dan sejenisnya. Sedangkan minimalisasi digunakan dengan tujuan pengoptimalan yang berhubungan dengan biaya, waktu, jarak, dan sejenisnya. Penentuan tersebut tentu harus disesuaikan dengan apa yang akan dimaksimalkan atau diminimalkan.

b. Alternatif keputusan

Alternatif keputusan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan atau mencapai sebuah tujuan. Alternatif keputusan tersedia menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambilan keputusan, dan pengambilan keputusan juga dihadapkan dengan beberapa pilihan yang perlu dipertimbangkan dengan baik. Oleh karenanya alternatif keputusan

⁵ Ibid

pada penggunaan layanan *mobile banking* dilakukan agar mencapai optimal sebagai tujuan utamanya.

c. Sumber daya yang dibatasi

Sumber daya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumberdaya ini terbatas. Keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkananya proses optimalisasi.

Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya.⁶ Optimalisasi ini sangat diperlukan diberbagai aktifitas. Terlebih lagi optimalisasi yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat. Kegiatan pelayanan untuk masyarakat adalah salah satu bentuk tugas dan fungsi administrasi negara. Komponen standar pelayanan yang dapat menunjang atau sebagai bentuk pengoptimalisasian adalah dasar hukum, persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, jangka waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk pelayanan, sarana, prasarana dan/atau fasilitas, kompetensi pelaksana, pengawasan internal, penanganan pengaduan, saran dan masukan, jumlah pelaksanaan, jaminan pelayanan yang memberikan kepastian pelayanan dilaksanakan sesuai dengan standar pelayanan, jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya dan risiko keraguan, serta evaluasi kinerja pelaksanaan.

4. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

⁶ Hotniar Siringoringo, Pemograman Linear: *Seri Teknik Riset Operasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 4.

Optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* melalui beberapa strategi agar pengguna layanan *mobile banking* dapat meningkat dan nasabah lebih maksimal dalam mengetahui fitur layanan *mobile banking*, sehingga nasabah ingin menggunakan aplikasi tersebut. Beberapa strategi yang dilakukan sebagai berikut:⁷

a. Mengedukasi nasabah

Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah.⁸

Dapat disimpulkan bahwa edukasi adalah suatu proses pemberian pengetahuan, wawasan dan informasi sehingga dapat memberikan pemahaman dan kecerdasan kepada seseorang. Edukasi perbankan syariah kepada masyarakat yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan bank. Edukasi masyarakat di bidang perbankan diharapkan dapat membangun dan mewujudkan masyarakat yang mengerti dan paham terhadap berbagai kegiatan dan produk serta jasa perbankan sehingga setiap pilihan yang dibuat oleh masyarakat dalam memanfaatkan produk dan jasa bank sudah melalui pertimbangan yang matang berdasarkan informasi yang jelas dan memadai.

⁷ Ispandi Manurung, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 33.

⁸ Bambang Waluyo, "Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia," *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Volume 1, Nomor 1, (Desember 2013), 43.

Pemberian edukasi kepada nasabah dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah dengan memberikan penjelasan kepada nasabah yang ingin mendaftar sebagai pengguna *mobile banking* tentang bagaimana langkah-langkah penggunaan *mobile banking* di Bank serta kelebihan dan juga kelemahan dari penggunaan *mobile banking* serta membimbing nasabah dalam keamanan saldo nasabah.

b. Menyebarkan brosur

Customer Service Bank Syariah menata brosur-brosur di atas meja. *Customer Service* yang bertugas akan memberikan kepada setiap nasabah yang membuka rekening tabungan dan menjelaskan prosedur penggunaan *mobile banking* dan manfaat dari *mobile banking* agar nasabah mau mendaftar sebagai nasabah pengguna *mobile banking*.⁹

c. Penetrasi pasar

Strategi yang digunakan bila masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran perusahaan, maka Bank Syariah perlu melakukan pengembangan pemasaran dengan penetrasi pasar ke wilayah maupun daerah yang belum pernah dimasuki, untuk mengenalkan produk-produk layanan yang ada di dalam bank syariah, dimana dalam pemasaran bertujuan untuk menarik minat masyarakat sehingga ikut bergabung dan membuka produk layanan *mobile banking*.¹⁰

d. Pengembangan produk

Strategi ini menyangkut penyempurnaan atau penambahan fitur-fitur pada produk layanan *mobile banking* yang akan ditawarkan kepada

⁹ Ispandi Manurung, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 35.

¹⁰ Ibid

konsumen atau nasabah agar berminat untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Bank Syariah dapat melakukan pengembangan produk dengan cara menawarkan produk- produknya, salah satunya produk layanan *mobile banking* ke nasabah yang aktif untuk menggunakan produk tersebut dan juga marketing Bank Syariah melakukan pengembangan produk dengan menawarkan ke masyarakat yang ada di daerah-daerah sekelilingnya maupun di daerah terpencil.

e. Kompetisi antar cabang

Dalam mendorong pemakaian *mobile banking* ini Bank dapat membuat kompetisi antar cabang, dimana cabang yang berhasil mengumpulkan jumlah nasabah pengguna *mobile banking* akan mendapatkan hadiah. Di samping itu peningkatan transaksi *mobile banking* juga merupakan alat ukur untuk menilai prestasi cabang dalam penggunaan *mobile banking*. Cabang-cabang yang berhasil menjuarai diberikan hadiah dan penilaian kinerja yang baik.¹¹

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

a. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* muncul atau berasal dari motivasi diri bank untuk menyusun serta melakukan strategi optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking*.¹²

b. Faktor Eksternal

¹¹ Ibid

¹² <https://e.jurnal.stieipwija.ac.id> diakses pada 18 Mei 2023, pukul 12.23 WIB

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* muncul atau berasal dari lingkungan sosial dan toleransi resiko melalui tanggapan respon dan keluhan-keluhan yang diterima bank oleh nasabah, sehingga dilakukannya penyusunan serta pemberlakuan strategi optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking*.¹³

6. Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Teknologi yang berkembang dengan pesat merambah semua bidang tidak terkecuali perbankan. Perbankan mulai merambah teknologi dengan adanya inovasi yaitu adanya *electronic channel* atau *e-channel*. Bank Syariah Indonesia senantiasa berusaha meningkatkan kemudahan dan kualitas pelayanan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil wawancara dengan nasabah menunjukkan bahwa masih adanya nasabah yang merasa tidak puas dengan *e-channel* yang disediakan oleh BSI serta pelayanan yang masih dianggap kurang optimal hingga mengakibatkan nasabah menjadi tidak puas dan tidak loyal pada BSI.¹⁴ Maka dari itu strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* perlu dilakukan, dengan harapan dapat berdampak pada kepuasan nasabah BSI.

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan pengaruh positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang/benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat

¹³ Ibid

¹⁴ Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani, "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Jurnal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 1.

antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.¹⁵ Dampak secara sederhana dapat diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya memiliki dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dari penjabaran tersebut, dampak dapat diartikan menjadi dua pengertian:

a. Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah keinginan jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

Dampak positif optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* dapat dicapai dengan meningkatkan produktivitas, sehingga tingkat efisiensi akan menjadi tinggi, dan berdampak pada kemudahan dalam transaksi nasabah yang dihasilkan akan menjadi tinggi sehingga target untuk meningkatkan kepuasan nasabah dapat dicapai dengan tepat.¹⁶ Penggunaan layanan *mobile banking* berdampak positif pada kemudahan transaksi yang dilakukan nasabah. Hal ini dirasakan nasabah ketika mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank melalui layanan *mobile banking*, karena dengan adanya *mobile banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan

¹⁵ Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya, 2013), 243.

¹⁶ Hasna Zahira, "Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland," *UIN Syarif Hodayatullah Jakarta* (2022), 37.

pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas. Fitur yang sederhana membuat *mobile banking* melalui ponsel sangat mudah dimengerti. Bank juga merasa untung dengan layanan *mobile banking*. Selain itu layanan *mobile banking* dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi keuangan.¹⁷

b. Dampak Negatif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Berdasarkan penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya.

B. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan pelanggan (nasabah) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan di terimanya bila ia membeli suatu produk (barang atau jasa).¹⁸ Sedangkan pengertian kepuasan menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

- a. Kata “kepuasan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) secara

¹⁷ Ibid

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), 70.

sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.¹⁹

- b. Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.²⁰
- c. Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.²¹
- d. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 353.

²⁰ Ibid

²¹ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*, (Gorontalo: CAPS, 2015), 140.

loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.²²

- e. Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran sejauh apa pelanggan melakukan pembelian lagi.²³

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang setelah membandingkan hasil/kinerja dalam menggunakan/mengonsumsi produk/jasa yang telah disediakan atau ditawarkan kepadanya sebagai konsumen/pelanggan/nasabah. Definisi yang dominan dan banyak diacu dalam literatur pemasaran adalah definisi yang didasarkan pada disconfirmation paradigma yang merumuskan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca pembelian dimana persepsi terhadap kinerja dari alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, maka yang terjadi adalah kepuasan. Menurut Kotler²⁴, pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana yaitu sebagai berikut:

²² Sangadji dan Etta Mamang Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Ghazali & Imam, 2013), 180-182.

²³ Purnomo Edwin Setyo, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi dan Kualitas Produk," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Volume 2, Nomor 5, (2017), 565.

²⁴ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 1996), 46.

- a. Sistem keluhan dan saran. Artinya seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian plus sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem keluhan atau usulan
- b. Survei kepuasan nasabah. Dalam hal ini bank perlu secara berlaku melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah transaksi selama ini.
- c. Konsumen sasaran. Bank dapat mengirim karyawan atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.
- d. Analisis mantan pelanggan. Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.

2. Manfaat Kepuasan

Kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya. Menurut Tjiptono²⁵, kepuasan pelanggan sangat penting, karena:

²⁵ Fandy Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 41.

- a. Daya persuasif *word of mouth* (gethok tular), gethok tular dari pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru.
 - b. Reduksi sensitivitas harga, pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memerhatikan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga, pelayanan, dan kualitas.
 - c. Kepuasan, pelanggan sebagai indikator kesuksesan berbisnis di masa depan. Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.
 - d. Manfaat, ekonomi mempertahankan pelanggan versus menarik pelanggan baru.
3. Elemen Kepuasan

Menurut Donni Juni Priansa²⁶ terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Harapan (*expectation*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b. Kinerja (*performance*)

²⁶ Donni Juni Priansa, *Pengembangan Strategi dan Model Pembelajaran: Inovatif, Kreatif dan Prestatif Dalam Memahami Peserta Didik*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2017), 210.

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. Perbandingan (*comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

e. Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*) Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation /disconfirmation*.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Irawan²⁷, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (nasabah) diantaranya adalah:

a. Kualitas Produk, kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan, pelanggan akan puas setelah membeli dan produk yang ternyata memiliki kualitas produk baik. Dan konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

²⁷ Handi Irawan, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. Cetakan pertama (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002), 37.

- b. Harga, komponen harga sangat penting dan Pelanggan sangat sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
 - c. *Service Quality*, pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik.
 - d. *Emotional Factor*, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
 - e. Biaya dan Kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.
5. Strategi Mencapai Kepuasan

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa strategi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tjiptono:²⁸

- a. Strategi pemasaran berupa relationship

Strategi marketing, di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus menerus.

- b. Strategi superior *customer service*

²⁸ Fandy Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 69.

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

c. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees*

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan risiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

d. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas.

e. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship, memberikan pelatihan kepada karyawan dan pihak manajemen.

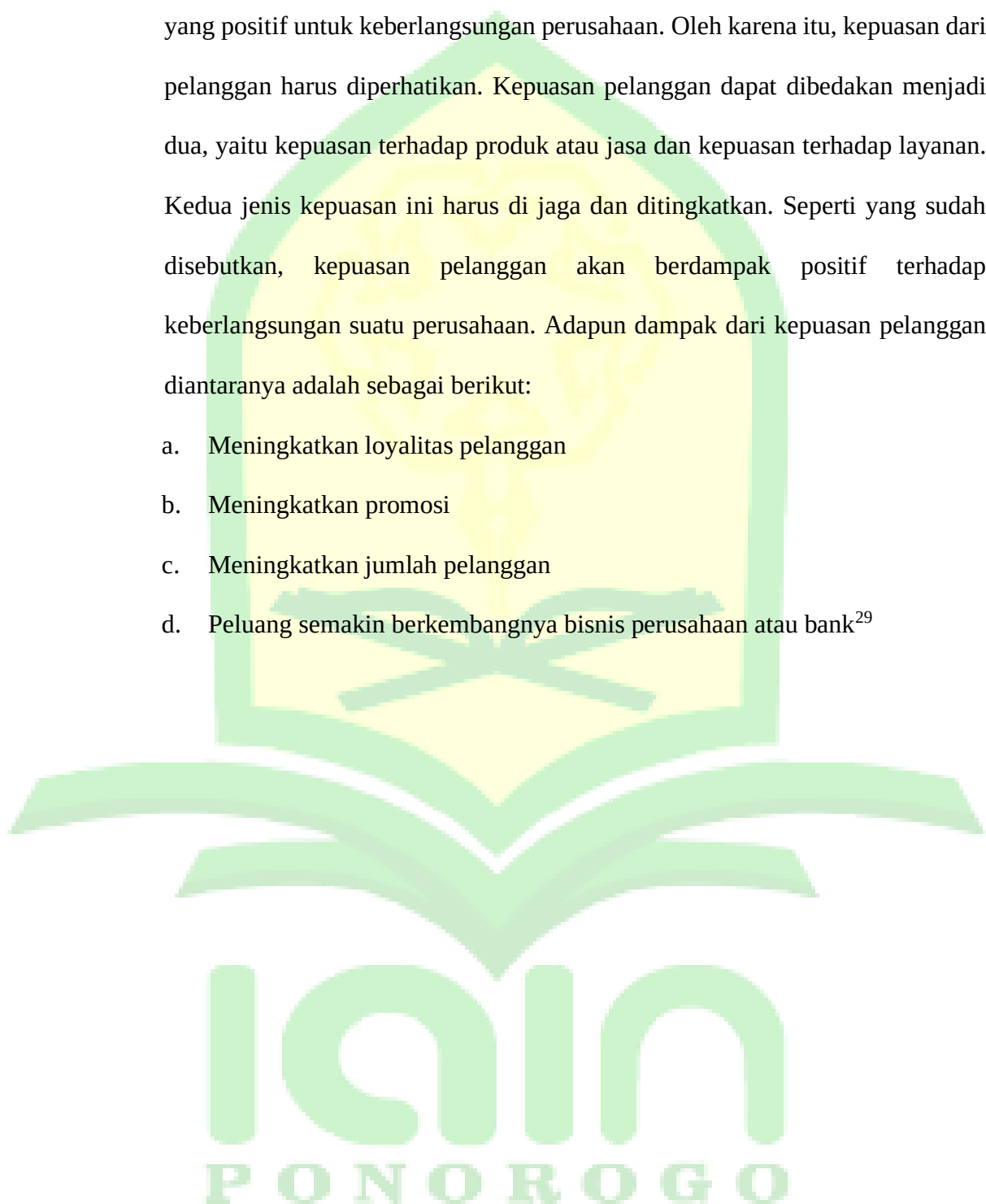
f. Menerapkan *quality function development*

Quality Function Development (QFD) merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk sedini mungkin.

6. Dampak Kepuasan

Kepuasan pelanggan/konsumen/nasabah menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Pelanggan yang puas akan memberikan dampak yang positif untuk keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan dari pelanggan harus diperhatikan. Kepuasan pelanggan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kepuasan terhadap produk atau jasa dan kepuasan terhadap layanan. Kedua jenis kepuasan ini harus di jaga dan ditingkatkan. Seperti yang sudah disebutkan, kepuasan pelanggan akan berdampak positif terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Adapun dampak dari kepuasan pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan loyalitas pelanggan
- b. Meningkatkan promosi
- c. Meningkatkan jumlah pelanggan
- d. Peluang semakin berkembangnya bisnis perusahaan atau bank²⁹



²⁹ <https://xaham.id/blog/insight/4-dampak-positif-pentingnya-kepuasan-pelanggan-untuk-bisnis>.
Diakses pada 21 April 2023, Pukul 09.42

BAB III

OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI MOBILE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi lahir pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo yang dilaksanakan di istana merdeka. Bank Syariah Indonesia merupakan Bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan juga PT Bank BNI Syariah. OJK (Otoritas Jasa Keuangan) secara resmi mengeluarkan izin merger pada tiga usaha Bank Syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Yang selanjutnya pada tanggal 1 Februari, Bapak Presiden Joko Widodo meresmikan adanya BSI (Bank Syariah Indonesia).¹

Dalam penggabungan dari ketiga bank syariah ini menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauannya juga lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Dan didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementrian BUMN. Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing secara global. Penggabungan ketiga bank syariah ini merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi

¹ <https://www.bankbsi.co.id> diakses pada 09 April 2023, pukul 04.18

cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).²

Lokasi BSI KCP Magetan adalah berada di Jl. MT Haryono No.9, Dusun Karanganyar, Kepolorejo, Kec. Magetan, Kab. Magetan, Jawa Timur. Sebelum adanya penggabungan tiga Bank syariah (yaitu penggabungan antara BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah), BSI KCP Magetan dahulunya adalah BRI Syariah. Setelah melalui proses merger atau penggabungan antara ketiga bank syariah tersebut, akhirnya BRI Syariah KCP Magetan kini menjadi BSI KCP Magetan. Berikut adalah Tabel data tentang Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan:

Tabel 3.1
Data BSI KCP Magetan³

Nama Bank	Bank Syariah Indonesia
Kode Bank Syariah Indonesia	422
Nama Perusahaan Perbankan	Bank Syariah Indonesia
Nama Kantor	Bank Syariah Indonesia KCP Magetan
Keterangan Status Kantor	ATM/ADM Syariah
Alamat	Jl. MT. Haryono Permai RT. 03/RW. 12, Kel. Kepolorejo, Kec. Magetan, Kab. Magetan, Jawa Timur
Wilayah Dati 1	Jawa Timur
Wilayah Dati 2	Kabupaten Magetan
Kota/Kabupaten	Magetan
Kode Pos	63431
Nomor Telepon	(0351) 466247
Alamat Website Bank Syariah Indonesia	https://www.bankbsi.co.id
Call Center Bank Syariah Indonesia	14040

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun visi dan misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

² Ibid

³ Sumber: BSI KCP Magetan, 2023

a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalitas pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.⁴

3. Produk Bank Syariah Indonesia

Menurut Kotler, Produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵ Jadi produk bisa mencakup aspek fisik (*tangible*, seperti bentuk, warna, fitur dan sebagainya). Maupun non fisik (*intangible*, seperti cinta, reputasi dan seterusnya).⁶ Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah dibedakan menjadi tiga, diantaranya:⁷

a. Penghimpun dana (*funding*)

1) Giro syariah

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya atau

⁴ Ibid

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Marketing Management*”, (Person Education, Limited, England, 2012), 11.

⁶ Grerorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan internetisasi*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 293.

⁷ Rosyidah, Muhammad Nizar, Khoirul Huda, “Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Malang Kepanjeng)”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 10, Nomor 2, (Juni 2019), 166-168.

dengan pemindah bukuan.⁸ Giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.⁹

a) *Giro wadiah*

Giro wadiah adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya mengkehendaki. Dalam kaitannya dengan produk giro, bank syariah menetapkan prinsip wadiah yad dhamanah, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil keuntungan pengelolaan dana tersebut.¹⁰

b) *Giro mudharabah*

Giro mudharabah adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Mudharabah mempunyai dua bentuk yakni mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah, yang perbedaannya utama diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya, baik

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*.

⁹ Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Giro*.

¹⁰ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi Kelima*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 352.

dari sisi tempat, waktu, maupun objek investasinya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkan termasuk melakukan akad mudharabah sebagai pihak lain.¹¹

2) Tabungan syariah

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.

a) Tabungan *wadiah*

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya bank bertanggung jawab

¹¹ Ibid., 354.

terhadap keutuhan harta titipan tersebut secara mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Di sisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.¹²

b) Tabungan *mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqqayyadah*, yang perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Namun di sisi lain, bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustee*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.¹³

3) Deposito syariah

Selain giro dan tabungan syariah, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana (*funding*) adalah deposito.

¹² Ibid., 358.

¹³ Ibid., 359.

Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah. Deposito merupakan dana nasabah yang ada pada bank yang penarikannya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo atau jangka waktu yang ditentukan. Misalnya 3 bulan, 6 bulan, dan seterusnya. Pada produk deposito ini bank menggunakan prinsip bagi hasil.¹⁴

4) Produk penyaluran dana kepada masyarakat (*financing*)

a) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip jual beli

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, di mana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*).¹⁵ Aplikasinya dengan menggunakan akad *murabahah*, *salam* dan *istishna'*.¹⁶

(1) Pembiayaan *murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual (bank syariah) dan pembeli (nasabah). Harga yang disepakati adalah harga jual sedangkan harga pokok harus diberitahukan kepada nasabah. Bank syariah dapat memberikan potongan harga

¹⁴ Abdul Ghafur Anshari, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2007), 94.

¹⁵ Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2009), 8.

¹⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 79.

jika nasabah mempercepat pembayaran cicilan dan melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo. Dan jika bank mendapatkan potongan dari pemasok maka itu merupakan hak pembeli (nasabah), namun jika potongannya didapatkan setelah akad terjadi maka potongan itu dibagi menurut kesepakatan atau sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah.

(2) Pembiayaan *salam*

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan pembayaran dimuka menurut syarat-syarat tertentu, atau jual beli sebuah barang untuk diantar kemudian dengan pemayaran di awal.

¹⁷ Dalam konsep ini bank bisa bertindak sebagai penjual dan pembeli. Bila bank bertindak sebagai penjual, maka bank memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan (*Salam paralel*). Syaratnya adalah akad kedua terpisah dari akad yang pertama dan akad yang kedua dilakukan setelah akad pertama sah. Kemudian spesifikasi dan harga barang harus disepakati di awal akad. Harga barang tidak dapat berubah selama jangka waktu akad dan jika bank sebagai pembeli dapat meminta jaminan untuk menghindari risiko yang merugikan.

(3) Pembiayaan *istishna'*

Istishna' adalah produk *istishna'* yang menyerupai *salam* tetapi *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank beberapa kali (cicilan).¹⁸ Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran

¹⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007), 169.

¹⁸ Amir Machmud, Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, Dan Studi di Indonesia*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2010), 28.

dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Barang pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas, dan kuantitasnya. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara istishna maka hal ini disebut *istishna paralel*.

b) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip sewa-menyewa

Prinsip sewa menyewa pada dasarnya adalah pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri.

Ijarah terbagi atas dua macam yaitu:

(1) Pembiayaan *Ijarah*

Ijarah merupakan akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa (bank syariah) dengan penyewa (nasabah) untuk mendapatkan imbalan jasa atas objek sewa yang disewakan.

(2) Pembiayaan *Ijarah Muntahia Bittamlik* (IMBT)

Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT) merupakan akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa (bank syariah) dengan penyewa (nasabah) untuk mendapatkan imbalan jasa atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi pemindahan hak milik obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad yang disepakati di awal.

c) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil

Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara pihak bank dengan nasabah penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana.¹⁹ Bentuk akad yang berdasarkan prinsip ini adalah:

(1) Pembiayaan *mudharabah*

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama pemilik modal (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian ini diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.²⁰ Akad *mudharabah* secara umum terbagi menjadi dua jenis:

(a) *Mudharabah muthlaqah*

Mudharabah muthlaqah adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.

(b) *Mudharabah muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* dimana *mudharib* memberikan

¹⁹ M. Syafi'I Antonio, dkk., *Bank Syariah: Analisis Kekuatan , Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2006), ed. II, cet. I, 18.

²⁰ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga : Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), cet. III, 91.

batasan kepada shahibul maal mengenai tempat, cara, dan obyek investasi.

(2) Pembiayaan *musyarakah*

Musyarakah berarti kemitraan dalam suatu usaha dan dapat diartikan sebagai bentuk kemitraan antara dua orang atau lebih yang menggabungkan modal atau kerja mereka untuk berbagi keuntungan, serta menikmati hak dan tanggung jawab yang sama.²¹ Dengan kata lain merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dua jenis *musyarakah*:

(a) *Musyarakah* pemilikan, tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih.

(b) *Musyarakah* akad, tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah*.

d) Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip pinjam-meminjam yang bersifat sosial

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharap imbalan. Produk ini. digunakan untuk membantu usaha

²¹ Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah : Prinsip, Praktik dan Prospek*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2007), 63.

kecil dan keperluan sosial. Dana ini diperoleh dari dana zakat, infaq dan shadaqah.

Pembiayaan yang menggunakan akad *qardh* hanya untuk membantu dan memberikan kemudahan kepada orang yang sedang mengalami kesusahan dalam keuangan. Menurut Sabiq haram bagi yang memberikan bantuan untuk mengambil keuntungan, apalagi mengeksploitasi karena ini digolongkan kepada riba. Ketentuan ini berdasarkan sabda Rasulullah saw sebagaimana riwayat dari al-Harith bin Abi Usamah dari Ali r.a yang artinya: “setiap akad *qardh* dilaksanakan dengan mengambil keuntungan, maka ia tergolong kepada riba.”²²

e) Produk pelayanan jasa (*Fee Based Income Product*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, *hawalah* dan *rahn* ini antara lain:

(1) *Wakalah*

Nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.

(2) *Kafalah*

Jaminan yang diberikan oleh bank syariah (penanggung) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban nasabah (pihak kedua atau yang ditanggung). Contoh produknya adalah garansi bank.

(3) *Sharf*

²² Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), 179.

Sharf adalah jual beli atau pertukara mata uang. Asalnya mata uang hanya emas dan perak, uang emas disebut dinar dan uang perak disebut dirham. Kedua mata uang tersebut disebut dengan mata uang intrinsik.

(4) *Hawalah*

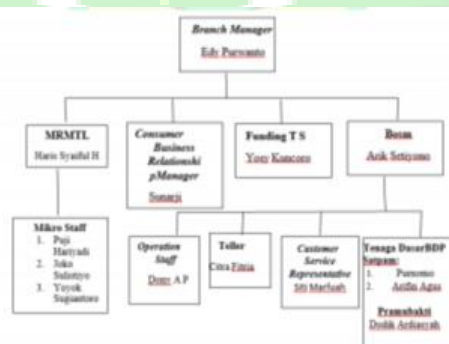
Hawalah adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak hawalah dalam perbankan biasanya diterapkan pada factoring (anjak piutang), post-dated check, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.

(5) *Rahn*

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.

4. Susunan Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan

Berikut adalah gambar bagan susunan organisasi di BSI KCP Magetan:



Gambar 3.1

Struktur Organisasi BSI KCP Magetan

(Sumber: BSI KCP Magetan 2023)

a. Tugas dan wewenang:

Adapun penjelasan dan *job description* setiap karyawan dan *staff* di BSI KCP Magetan adalah sebagai berikut:

1) *Branch Manager*

Nama lain dari *branch manager* adalah kepala cabang. Dimana kepala cabang memiliki peran serta tugas sebagai perwakilan manajemen pusat di kantor cabang. Tugas dari *branch manger* adalah:²³

- a) Menyusun serta mengatur strategi operasional kantor cabang
- b) Melakukan pengelolaan sumber daya dengan baik
- c) Menganalisa dan mereview sasaran kinerja seluruh *staff* beserta jajarannya
- d) Memonitor pelaporan setiap bidang internal maupun eksternal
- e) Membangun *image office* yang baik dan positif
- f) Mengarahkan kepala bidang, *staff*, serta mitra kerja untuk melaksanakan program kerja dan mencapai target yang sudah ditetapkan
- g) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan internal perusahaan.

2) *Teller*

Teller merupakan petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya adalah berinteraksi dengan para nasabah dan masyarakat umum. Adapun tugas dari teller adalah:²⁴

- a) Melayani penarikan dan penyetoran uang tunai
- b) Melakukan pemeriksaan kas, seperti penukaran uang asing
- c) Penerimaan simpanan

²³ Ibid

²⁴ Ibid

- d) Pencairan dan pemeriksaan cek
- e) Bertanggung jawab penuh atas kekurangan atau kelebihan dana
- f) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya, sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan internal perusahaan

3) *Customer Service (CS)*

Customer service atau yang lebih mudah disebut CS adalah petugas pelayanan sebagai penghubung langsung antara perusahaan atau bank dengan nasabah. oleh karenanya seorang CS diharapkan dapat memberikan pelayanan serta penanganan yang baik terhadap nasabah. Sehingga tugas dari CS adalah:²⁵

- a) Memonitor serta mengatur kas sesuai dengan batas yang telah ditetapkan
- b) Memonitor dokumentasi transaksi CS
- c) Menindaklanjuti penyelesaian handling komplain
- d) Memonitor penyelesaian cleansing data nasabah baru dan nasabah lama
- e) Input data nasabah
- f) Membantu nasabah dalam pembukaan rekening baru, seperti Tabungan, Giro, dan Deposito
- g) Verifikasi dan pemeliharaan data nasabah
- h) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya, sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan internal perusahaan

4) *Micro Staff*

Adapun tugas serta wewenang dari *micro staff* adalah sebagai berikut:²⁶

²⁵ Ibid

²⁶ Ibid

- a) Memastikan penerapan dan implementasi strategi pengembangan bisnis mikro
- b) Menganalisis pemberian pembiayaan mikro
- c) Memberikan rekomendasi dan atau putusan atas pembiayaan permohonan calon nasabah
- d) Memastikan pencapaian target pembiayaan mikro

5) *Consumer Business Relationship Manager (CBRM)*

Adapun tugas serta wewenang dari CBRM diantaranya adalah sebagai berikut:²⁷

- a) Bertanggung jawab atas kestabilan usaha nasabah, kelancaran pembiayaan
- b) Melakukan penagihan nasabah bila sudah jatuh tempo dan telat bayar dari perhitungan 1 bulan

6) *Funding & Transaction Staff*

Adapun tugas dan wewenang dari bagian *funding & transaction staff* adalah sebagai berikut:²⁸

- a) Bertanggung jawab serta bertugas atas semua kegiatan funding
- b) Mencari nasabah
- c) Memasarkan produk tabungan dan jasa

7) *Bosm*

Adapun tugas dan wewenang dari bosm diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun rencana kerangka dan anggaran perusahaan untuk waktu yang akan datang dan berusaha mewujudkannya

²⁷ Ibid

²⁸ Ibid

- b) Bertanggung jawab kepada *Branch Manager* mengenai tugas dan kewajibannya
- c) Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan administrasi tabungan, deposito dan pembiayaan
- d) Menandatangani bukti-bukti pembukuan antara lain nisbah deposito, nisbah tabungan dan nota-nota lainnya

8) *Operation Staff*

Adapun tugas dari bagian *operation staff* diantaranya adalah sebagai berikut:²⁹

- a) Memeriksa ulang terhadap keabsahan dan kebenaran proses transaksi harian serta keabsahan bukti-bukti pendukungnya
- b) Memastikan bahwa pembuatan laporan unit kerja, baik laporan kepada kantor pusat maupun pihak eksternal (BI atau pihak ketiganya) telah dilakukan dengan benar dan tepat waktu
- c) Menilai kesesuaian tugas masing-masing pegawai dengan *job description*

B. Data

1. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile

Optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* melalui beberapa strategi agar pengguna layanan *mobile banking* dapat meningkat dan nasabah lebih maksimal dalam mengetahui fitur layanan *mobile banking*, sehingga nasabah ingin menggunakan aplikasi tersebut. Beberapa strategi yang dilakukan adalah dengan cara mengedukasi nasabah, menyebarkan brosur, penetrasi pasar, pengembangan

²⁹ Ibid

produk dan kompetisi antar cabang.³⁰ Strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah dengan melakukan edukasi, sosialisasi, penyebaran brosur dan pengembangan produk. Berikut ini adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan:

a. Melakukan edukasi

Strategi BSI KCP Magetan dalam mengoptimalkan penggunaan layanan BSI *mobile* adalah dengan melakukan edukasi secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank. Pihak bank yang melakukan edukasi ini adalah bagian pelayanan yaitu *customer service* dan *teller*. Edukasi dilakukan secara langsung ketika nasabah hendak melakukan transaksi ataupun membuka rekening baru. Hal ini dibuktikan melalui wawancara dengan Bapak Edy Purwanto selaku *branch manager* di BSI KCP Magetan sebagai berikut:

“Dari bank sendiri melakukan edukasi secara langsung kepada nasabah. Dimana CS dan *teller* bertanya apakah nasabah sudah memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile* ataukah belum, jika belum maka dari pihak kami akan membantu untuk mendaftarkan BSI *mobile*. Selain itu kami juga menyampaikan kepada nasabah terkait penggunaan fitur-fitur serta layanan BSI *mobile* tersebut. Hal ini dilakukan ketika nasabah mendatangi bank hendak melakukan transaksi atau membuka rekening baru. Bentuk edukasi ini mampu memaksimalkan nasabah untuk menggunakan layanan BSI *mobile*. Karena target kami adalah nasabah yang memiliki rekening BSI diharapkan memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile* secara hampir keseluruhan.”³¹

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Siti Marfu'ah dalam hasil wawancara sebagai berikut:

“Biasanya nasabah yang datang ke Bank untuk bertransaksi, rata-rata mengeluhkan terlalu banyaknya nomor antrian tunggu. Bahkan tak jarang mereka memilih untuk datang kembali keesokan harinya, karena terlalu lamanya menunggu. Kebanyakan dari nasabah hanya hendak mengecek jumlah saldo saja, namun harus mengantri dan jauh-jauh mendatangi Bank

³⁰ Ispandi Manurung, et. al. “Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat,” *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 33.

³¹ Edy Purwanto, *Wawancara*, 6 April 2023

maupun ATM. Ketika saya menanyakan apakah sudah memiliki BSI *mobile* diponselnya, ternyata mereka sudah pernah mendaftarkan, hanya saja karena sistem yang mengharuskan aktivasi ulang, mereka memilih menghapus aplikasi BSI *mobile* sebab tidak paham dengan ketentuan untuk aktivasi. Padahal dengan memiliki BSI *mobile* mereka dapat lebih mudah untuk melakukan berbagai transaksi, termasuk melihat jumlah saldo rekening tabungan karena hanya dengan melalui *smartphone* yang mereka miliki. Akhirnya saya selaku *customer service* disini mengarahkan serta menuntun para nasabah tersebut untuk melakukan aktivasi. Selain itu, saya juga menjelaskan fitur-fitur terbaru dari BSI *mobile* yang dapat membantu kegiatan transaksi nasabah.”³²

Pelaksanaan strategi edukasi mengenai layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh *customer service* sebagai pihak dari Bank yang bertugas pada pelayanan menanyakan langsung kepada nasabah mengenai penggunaan layanan BSI *mobile*, apakah nasabah telah memiliki atau mendaftarkan layanan BSI *mobile* tersebut ataukah belum. Dalam pelaksanaannya CS juga dibantu oleh *teller*. Seperti dalam wawancara dengan Ibu Citra Fitria, dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Iya. Biasanya saya langsung menanyakan kepada nasabah yang melakukan transaksi di meja *teller*. Kalau memang belum memiliki maka saya juga langsung menuntun untuk melakukan pendaftaran BSI *mobile*. Dan mengenai penggunaan layanan BSI *mobile* ini memang perlu dilakukan edukasi secara langsung kepada nasabah, karena hampir keseluruhan nasabah yang baru mendaftar layanan BSI *mobile* belum paham betul terkait fitur-fitur dan layanan yang tersedia di BSI *mobile*.”³³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengoptimalisasian penggunaan layanan BSI *mobile* melalui strategi edukasi yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah dengan metode *face to face*, atau dengan kata lain saling bertatap muka. Hal ini dilakukan ketika nasabah mendatangi Bank untuk melakukan transaksi, sehingga pihak bank yang

³² Siti Marfu'ah, *Wawancara*, 6 April 2023

³³ Citra Fitria, *Wawancara*, 6 April 2023

bertugas melakukan strategi edukasi ini adalah *customer service* (CS) dan *teller*. Hasil dari wawancara sendiri adalah CS dan *teller* mengarahkan kepada nasabah yang belum menggunakan layanan BSI *mobile* untuk mendaftarkannya dan menuntun tahap-tahap aktivasinya. Edukasi yang dilakukan juga dengan memberikan penjelasan mengenai fitur-fitur serta layanan pada BSI *mobile*.

b. Penyebaran brosur

Strategi selanjutnya yaitu penyebaran brosur. Penyebaran brosur BSI *mobile* dilakukan secara langsung dan juga melalui media sosial. Secara langsung adalah ketika nasabah mendatangi Bank, pihak bank akan menawarkan dan memberikan brosur yang berisikan fitur dan layanan BSI *mobile*. Selain menyebarkan brosur secara langsung, Bank juga mempublikasikannya melalui media sosial WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook dan juga media sosial lainnya. Dalam wawancara dengan Bapak Edy Purwanto mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut:

“Kami juga membuat brosur, untuk disebarakan kepada nasabah dan calon nasabah dan dipublikasikan juga melalui media sosial. Biasanya brosur dipublikasikan secara online itu dengan memposting brosur mengenai layanan atau fitur di BSI *mobile* di berbagai macam media sosial, baik sosmed milik Bank maupun milik individu *staff* dan karyawan di BSI KCP Magetan. Penyebaran brosur secara langsung juga dilakukan ketika bank membuka stand promosi pada acara besar atau *event-event* tertentu yang kami ikuti.”³⁴

Strategi penyebaran brosur ini merupakan pendampingan dari edukasi yang telah dilakukan oleh BSI KCP Magetan, sebagai upaya menambah minat nasabah untuk menggunakan layanan BSI *mobile*, karena dengan banyaknya nasabah yang menggunakan layanan tersebut maka transaksi yang dilakukan nasabah semakin banyak yang mudah dan efisien. Brosur biasanya berisikan

³⁴ Edy Purwanto, Wawancara, 6 April 2023

kelebihan-kelebihan serta penjelasan mengenai fitur layanan dalam BSI *mobile*.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Siti Marfu'ah dalam wawancara sebagai berikut:

“Yang selalu dicantumkan dalam brosur BSI *mobile* itu kelebihan fitur serta layanan yang ada pada BSI *mobile*, hal ini dilakukan dengan harapan nasabah tahu adanya kemudahan dengan nasabah menggunakan fitur di BSI *mobile*. Selain itu, brosur juga berisikan promo-promo menarik seputar penggunaan BSI *mobile*. Misalnya promo akhir tahun hingga hari ulang tahun, bahkan promo seperti cashback dan juga bonus-bonus yang ditawarkan juga kami cantumkan dalam brosur untuk kemudian disebar dan dipublikasikan.”³⁵



Gambar 3.2

Brosur Bonus Kuota BSI *Mobile*

(Sumber: BSI KCP Magetan 2023)



Gambar 3.3

Brosur Promo Cashback 50% BSI *Mobile*

³⁵ Siti Marfu'ah, Wawancara, 07 April 2023

(Sumber: BSI KCP Magetan 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi penyebaran brosur dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Secara langsung adalah ketika nasabah mendatangi Bank, sedangkan melalui media sosial adalah dengan memposting brosur yang telah dibuat melalui seluruh akun media sosial milik Bank dan juga akun individu milik staff dan karyawan. Brosur biasanya berisikan promo-promo menarik yang ditawarkan oleh BSI. Selain itu brosur biasanya juga berisikan kelebihan-kelebihan penggunaan fitur dan layanan yang tersedia di *BSI mobile*.

c. Penetrasi Pasar

Strategi optimalisasi penggunaan layanan *BSI mobile* melalui kegiatan penetrasi pasar dilakukan bila masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran perusahaan, BSI KCP Magetan melakukan pengembangan pemasaran dengan penetrasi pasar ke wilayah maupun daerah yang belum pernah dimasuki, untuk mengenalkan produk-produk layanan yang ada di BSI KCP Magetan serta mengenalkan fitur layanan *BSI mobile* untuk kemudahan transaksi nasabah, dimana dalam pemasaran untuk menarik minat masyarakat sehingga ikut bergabung dan membuka produk layanan *BSI mobile*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Edy Purwanto adalah sebagai berikut:

“Jika dirasa dengan melakukan edukasi serta penyebaran brosur masih kurang maksimal dalam mengoptimalkan pengguna layanan *BSI mobile*, maka kami berupaya dengan melakukan kegiatan penetrasi pasar tersebut. Hal ini kami lakukan dengan tujuan nasabah pada daerah atau wilayah yang belum dimasuki oleh BSI khususnya wilayah lingkup kabupaten Magetan ini, agar mereka dapat lebih mengenal produk serta layanan dari bank. Kegiatan ini dilakukan bersamaan dengan mengenalkan produk apa saja yang dimiliki oleh BSI KCP Magetan. Setelah mengenalkan produk-produk yang kami miliki, kami

akan lanjut mengarahkan calon nasabah untuk melakukan aktivasi akun BSI *mobile*. Selain itu, kami juga memberikan pemahaman kepada calon nasabah mengenai fitur layanan serta bagaimana cara penggunaannya dalam BSI *mobile*, agar kemudahan dalam bertransaksi didapatkan oleh nasabah.”³⁶

d. Mengembangkan produk

Strategi dengan cara mengembangkan produk yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan berupa pengembangan layanan BSI *mobile*. Hal ini dilakukan Bank Syariah Indonesia dengan menambahkan atau menyempurnakan fitur-fitur serta layanan pada BSI *mobile*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Edy Purwanto adalah sebagai berikut:

“Kalau strategi pengembangan produk ini menyangkut pada penambahan fitur-fitur layanan yang belum ada dalam BSI *mobile*, serta pengembangan dan penyempurnaan fitur-fitur layanan yang sudah ada dalam BSI *mobile*. Hal ini dilakukan dengan beberapa evaluasi seperti apa saja layanan yang dibutuhkan nasabah untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Maka BSI akan berinovasi untuk menciptakan fitur yang membantu. Lalu fitur layanan dalam BSI *mobile* yang mana yang masih menjadi pusat keluhan nasabah, mungkin bisa dari sistemnya atau dari rumitnya penggunaan, maka sebisa mungkin bahan evaluasi ini untuk kemudian kami jadikan sebagai sumber pegangan dalam pengembangan layanan BSI *mobile*. Karena kembali lagi pada tujuan awal dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* ini adalah untuk menciptakan kemudahan nasabah dalam bertransaksi sehingga harapan terbesar kami adalah semakin meningkatnya kepuasan nasabah.”³⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah dengan mengembangkan serta menyempurnakan fitur-fitur layanan yang sudah ada dalam BSI *mobile*, serta menambah fitur-fitur yang belum ada dalam layanan BSI *mobile*. Hal ini dilakukan berdasarkan evaluasi terhadap respon dan keluhan

³⁶ Edy Purwanto, Wawancara, 15 Mei 2023

³⁷ Edy Purwanto, Wawancara, 07 April 2023

nasabah terhadap penggunaan fitur-fitur yang ada dalam BSI *mobile*, juga evaluasi dari kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah, yang mana yang perlu menjadi bahan untuk menciptakan inovasi fitur layanan terbaru BSI *mobile* guna memudahkan nasabah dalam bertransaksi, sehingga terciptanya kepuasan nasabah yang semakin meningkat.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI Mobile dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah

a. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* adalah berasal dari motivasi bank untuk terus berupaya meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memudahkan berbagai transaksi yang dikehendaki oleh nasabah melalui penggunaan layanan BSI *mobile*. Sehingga dilakukannya strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* tersebut. Sebagaimana dalam wawancara dengan Bapak Edy Purwanto adalah sebagai berikut:

“Kenapa optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* ini dilakukan, ini adalah murni motivasi bank sebagai bentuk upaya bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan ini. Karena seperti yang kita ketahui bersama, bahwa dengan menggunakan layanan BSI *mobile* ini transaksi yang dilakukan semakin mudah.”³⁸

b. Faktor Eksternal

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* adalah melihat dari keluhan-keluhan yang diterima bank dari nasabah. Dimana masih banyak nasabah yang mengeluhkan bahwa mereka tak memiliki banyak waktu untuk menunggu nomor antrian yang terlalu lama, sedangkan sebagian besar dari mereka juga sangat minim

³⁸ Edy Purwanto, Wawancara, 15 Mei 2023

pemahaman mengenai penggunaan fitur layanan BSI *mobile*. Sebagaimana dalam wawancara dengan Bapak Edy Purwanto sebagai berikut:

“Sedangkan faktor lainnya adalah, kami menjadikan keluhan-keluhan nasabah sebagai bahan evaluasi, sehingga dapat diketahui untuk kedepannya pelayanan seperti apa yang dibutuhkan serta diinginkan oleh nasabah. Nah, dari sini diketahui bahwa sebagian besar nasabah tidak memiliki banyak waktu serta kesabaran untuk menunggu antrian yang cukup panjang di bank. Ketika mereka memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile*, maka yang terjadi adalah mereka akan melakukan beberapa transaksi melalui BSI *mobile*. Namun ternyata masih terdapat beberapa nasabah yang belum memahami fitur layanan serta penggunaan BSI *mobile*, sehingga strategi optimalisasi inilah perlu kami lakukan.”³⁹

3. Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Dampak dari pelaksanaan optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan, yaitu berdampak positif pada kepuasan nasabah. Dimana strategi yang dilakukan berhasil meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga dengan bertambahnya jumlah pengguna BSI *mobile* dapat meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi. Apabila transaksi yang dilakukan nasabah semakin mudah dilakukan, maka yang terjadi adalah kepuasan bagi nasabah. Dampak positif optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* dapat dicapai dengan meningkatkan produktivitas, sehingga tingkat efisiensi akan menjadi tinggi, dan berdampak pada kemudahan dalam transaksi nasabah yang dihasilkan akan menjadi tinggi sehingga target untuk meningkatkan kepuasan nasabah dapat dicapai dengan tepat.⁴⁰

³⁹ Edy Purwanto, *Wawancara*, 15 Mei 2023

⁴⁰ Hasna Zahira, “Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland,” *Skripsi*, UIN Syarif Hodayatullah Jakarta (2022), 37.

- 1) Meningkatkan jumlah pengguna layanan BSI *mobile*. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah pengguna BSI *mobile* di BSI KCP Magetan. Berikut adalah Tabel data jumlah nasabah dan transaksi pengguna BSI *mobile* di BSI KCP Magetan pada tahun 2019-2022:

Tabel 3.2
Jumlah Nasabah dan Transaksi Pengguna BSI *Mobile*
Di BSI KCP Magetan Tahun 2019-2022⁴¹

No.	Tahun	Nasabah
1.	2018	2.789
2.	2019	3.138
3.	2020	4.509
4.	2021	5.163
5.	2022	7.005

Dari Tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pengguna layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan mengalami peningkatan. Menurut Ibu Siti Marfu'ah dalam sebuah wawancara dengan hasil sebagai berikut:

“Peningkatan jumlah nasabah pengguna layanan BSI *mobile* didasarkan dari beberapa faktor, selain pelaksanaan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang mengalami keberhasilan, juga disebabkan oleh masa pandemi covid-19 yang melanda Indonesia belakangan ini. Karena pandemi akhirnya, masyarakat memilih untuk mendaftarkan BSI *mobile* dan melakukan transaksi via *online*. Hal ini juga menjadi keuntungan tersendiri untuk kami, yaitu dalam melakukan strategi tersebut, kami juga terbantu dengan keinginan nasabah untuk lebih mudah melakukan transaksi keuangan melalui BSI *mobile*.”⁴²

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa peningkatan nasabah pengguna layanan BSI *mobile* disebabkan karena dua faktor. Yaitu selain keberhasilan strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh bank, juga disebabkan karena terjadinya masa pandemi covid-19 di Indonesia. Karena pandemi inilah pemerintah menerapkan Pemberlakuan

⁴¹ Sumber: BSI KCP Magetan, 2022

⁴² Siti Marfu'ah, *Wawancara*, 10 April 2023

Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), sehingga kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat sangat dibatasi, begitu juga pada kegiatan transaksi keuangan di Bank. Masyarakat yang mendatangi bank untuk melakukan transaksi harus mengikuti beberapa protokol kesehatan, selain itu banyaknya jumlah nasabah yang berada didalam Bank pun juga dibatasi untuk menghindari kerumunan. Maka sebab itulah, sebagian besar nasabah memilih untuk melakukan transaksi keuangan melalui *BSI mobile*.

- 2) Dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna layanan *BSI mobile*, maka kegiatan transaksi nasabah akan semakin mudah dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya nasabah yang komplain terkait layanan di *BSI KCP Magetan*. Sebagaimana wawancara dengan Ibu Siti Marfu'ah pada wawancara dengan hasil sebagai berikut:

“Saya rasa dampak yang paling terlihat adalah nasabah merasa puas dengan penggunaan layanan *BSI mobile* ini. Karena setelah nasabah pengguna layanan *BSI mobile* dimaksimalkan, sekarang mereka tidak lagi mengeluhkan terkait pelayanan, bahkan saat ini mereka lebih cenderung menanyakan penggunaan berbagai fitur di *BSI mobile*. Karena memang, ketika mereka telah menggunakan *BSI mobile*, mereka tak perlu lagi jauh-jauh pergi ke Bank ataupun ATM yang belum tentu tidak menunggu antrian yang cukup lama. Sehingga saat ini mereka cenderung memilih melakukan transaksi dengan menggunakan *BSI mobile*.”⁴³

- 3) Dampak atau pengaruh terbesar ketika kemudahan transaksi didapatkan dan dirasakan oleh nasabah, maka yang terjadi adalah meningkatnya kepuasan nasabah di *BSI KCP Magetan*. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Faizal Rois (29). Berikut hasil wawancaranya:

“Saya merasa puas dan terbantu dengan adanya layanan *BSI mobile* ini. Ketika hendak mengecek saldo ataupun transfer ke nomor rekening

⁴³ Siti Marfu'ah, *Wawancara*, 10 April 2023

lain, saya hanya cukup menggunakan aplikasi BSI *mobile* yang dapat saya akses melalui ponsel saya tanpa harus pergi ke bank maupun ATM.”⁴⁴

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Muhammad Marzuki (37) dalam hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Iya, saya sangat puas. Karena dengan menggunakan BSI *mobile* ini saya cukup terbantu dengan berbagai fitur-fitur serta layanan didalamnya. Bahkan sekarang saya juga bisa melakukan tarik tunai tanpa kartu ATM dan hanya melalui aplikasi BSI *mobile* ini. Saya juga senang dengan fitur infaq yang ada di aplikasi BSI *mobile* ini, dimana fitur ini yang tidak saya temui diaplikasi layanan *mobile banking* lain. Kedepannya saya juga berharap BSI terus berinovasi menghadirkan fitur-fitur serta layanan di aplikasi BSI *mobile* ini, karena memang sangat membantu kegiatan transaksi saya dan nasabah lainnya.”⁴⁵

Sedangkan menurut keterangan Ibu Suprihatin (39) menyatakan dalam hasil wawancara sebagai berikut:

“Saya cukup puas dengan layanan ini. Sebelum saya menggunakan layanan BSI *mobile* ini, saya sangat kesusahan karena sebelum pulang kerja harus pergi ke Bank terlebih dahulu. Padahal saya juga harus segera menjemput anak saya disekolahan. Kalau saya sendiri menggunakan layanan ini untuk mentransferkan hasil penjualan saya hari ini, karena saya kan bekerja di toko roti sebrang jalan tersebut, dan setiap ganti sift harus mentransferkan hasil penjualan ke pemilik toko. Sehingga dengan menggunakan BSI *mobile* ini saya tinggal mentransfer dengan uang ditabungan saya terlebih dahulu, baru ketika longgar uang tersebut saya masukkan lagi ke rekening tabungan saya. Jadi saya tidak harus pergi ke Bank pada saat itu juga.”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan optimalisasi yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan berhasil mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan BSI *mobile*. Melalui strategi-strategi yang telah dilakukan menghasilkan peningkatan pengguna layanan BSI *mobile*. Dimana penggunaan layanan BSI *mobile* dapat

⁴⁴ Faizal Rois, Wawancara, 10 April 2023

⁴⁵ Muhammad Marzuki, Wawancara, 10 April 2023

⁴⁶ Suprihatin, Wawancara, 10 April 2023

mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Jika transaksi yang dikehendaki oleh nasabah semakin mudah dilakukan, maka nasabah tentunya merasa puas dengan pelayanan di Bank.

Sehingga kesimpulannya dampak positif dari pelaksanaan kegiatan optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* adalah penggunaan layanan BSI *mobile* terbukti dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Kemudahan transaksi yang dirasakan oleh nasabah inilah yang menjadi poin tersendiri dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Maka strategi-strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan dalam pelaksanaan optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* ini perlu untuk dilanjutkan, sehingga pengguna layanan tersebut semakin maksimal, transaksi yang dilakukan nasabah semakin mudah dan dampaknya adalah meningkatnya kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.



BAB IV

ANALISIS OPTIMALISASI PENGGUNAAN LAYANAN BSI *MOBILE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI BSI KCP MAGETAN

A. Analisis Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Magetan

Bank Syariah Indonesia (BSI) dari waktu ke waktu terus melakukan inovasi berupa transformasi pelayanan digital dengan tujuan kemudahan bertransaksi agar mencapai kepuasan nasabah. Berbagai hal disusun serta dirancang untuk mencapai pelayanan yang diinginkan oleh nasabah. Seperti halnya yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan dengan penerapan optimalisasi pada penggunaan layanan BSI *mobile* untuk kemudahan transaksi nasabah, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Optimalisasi dalam hal ini dapat dimaknai sebagai suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih baik dan sempurna, fungsional, atau lebih efektif.¹ Optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* berarti suatu tindakan atau proses yang dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan layanan BSI *mobile* terhadap nasabah agar transaksi yang dikehendaki oleh nasabah lebih mudah, efektif serta efisien untuk dilakukan, karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja secara online.

Optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* harus melalui beberapa strategi, agar pengguna layanan BSI *mobile* dapat meningkat dan nasabah lebih maksimal dalam mengetahui fitur layanan BSI *mobile*, sehingga nasabah ingin menggunakan aplikasi tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ispandi Manurung, dkk. Diketahui hasil dari penelitian adalah adanya beberapa strategi yang dilakukan

¹ Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gita Media Press, 2015), 562.

dengan cara mengedukasi kepada nasabah, menyebarkan brosur tentang BSI *mobile*, penetrasi pasar, pengembangan produk dan kompetisi antar cabang.² Dalam pelaksanaannya, bentuk strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah sebagai berikut:

1. Mengedukasi nasabah

Edukasi perbankan syariah kepada masyarakat adalah memberikan pemahaman dan informasi mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, serta produk dan jasa bank syariah kepada masyarakat yang ditawarkan oleh bank syariah.³ Mengedukasi nasabah berarti mempengaruhi atau menjadikan nasabah tahu mengenai suatu hal yang ditawarkan oleh Bank. Pada strategi mengedukasi nasabah yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah dengan secara langsung kepada nasabah. Berdasarkan hasil penelitian pada bab 3, diketahui bahwa edukasi dilakukan secara *face to face* atau secara langsung kepada nasabah yang datang ke Bank untuk melakukan transaksi atau membuka rekening baru. Dimana kegiatan ini dilimpahkan atau ditugaskan kepada *staff* bagian pelayanan, yaitu *customer service* dan *teller*.

Edukasi merupakan salah satu metode untuk meningkatkan literasi ekonomi syariah atau literasi perbankan syariah di kalangan masyarakat.⁴ Dalam strategi optimalisasi yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan, mengenai bentuk edukasi yaitu selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Prastiwi pada tahun 2022, edukasi perbankan syariah dilakukan dengan tujuan

² Ispandi Manurung, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 33.

³ Bambang Waluyo, "Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia," *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Volume 1, Nomor 1, (Desember 2013), 43.

⁴ Angga Syahputra dkk., "Sosialisasi Ekonomi Syariah Bagi Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Siswa Dayah Terpadu Al-Muslimun)," *Dimasejati Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 3, Nomor 1, (2021), 19.

menambah pengetahuan masyarakat tentang produk perbankan syariah serta meningkatkan literasi mengenai perbankan syariah dan lingkup ekonomi syariah didalamnya.⁵

Pada prakteknya nasabah yang datang ke bank untuk transaksi akan ditanya oleh cs ataupun *teller* apakah nasabah sudah memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile*, jika belum maka cs dan *teller* akan mengarahkan nasabah untuk aktivasi akun BSI *mobile* mereka dan juga menuntun tahapan-tahapan aktivasinya. Selain membantu nasabah untuk melakukan aktivasi BSI *mobile*, cs dan *teller* juga akan menjelaskan mengenai cara penggunaan serta fitur-fitur dan layanan apa saja yang disediakan oleh BSI *mobile*. Karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan layanan digital perbankan yang saat ini mendominasi sistem pelayanan khususnya layanan BSI *mobile* ini, maka diperlukannya strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* berupa edukasi kepada nasabah secara langsung.⁶

2. Menyebarakan brosur

BSI KCP Magetan menggunakan brosur sebagai strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* dengan pelengkap strategi yang pertama, yang telah dijelaskan yaitu edukasi. Brosur disini sebagai sarana pembantu kegiatan optimalisasi melalui edukasi, karena selain menjelaskan atau mengedukasi kepada nasabah secara langsung melalui tutur kata, brosur juga bisa menjadi sarana berupa tulisan untuk memberikan pengetahuan kepada nasabah mengenai penggunaan BSI *mobile*. Brosur juga digunakan sebagai sarana informasi mengenai kelebihan produk dan jasa perbankan syariah, serta untuk

⁵ Dwi Prastiwi, "Edukasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Membangun Budaya Menabung Masyarakat Pedesaan," *Skripsi*, (IAIN Ponorogo, 2022), 110.

⁶ BSI KCP Magetan, *Observasi*, 07 April 2023

menarik minat (*to persuade*), untuk memberitahukan (*to inform*), dan juga untuk mempengaruhi (*to influence*) masyarakat agar menggunakan produk, jasa serta layanan di perbankan syariah.⁷

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Miftakhul Jannah diketahui bahwa hasil dari penelitian tersebut mengarah pada penyebaran brosur sebagai salah satu strategi yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Kuansing Ahmad Yani untuk memasarkan produk tabungan yang dimiliki oleh bank. Berkenaan dengan strategi yang dilakukan, dimana tujuannya adalah agar jumlah pengguna produk tersebut semakin bertambah.⁸

Ilustrasi gambar serta warna dalam pembuatan brosur juga menjadi hal yang perlu untuk diperhatikan. Sesuatu yang indah, cantik, lucu, aneh, dan luar biasa menjadi poin untuk menarik serta menjadi sorotan mata khalayak umum. Sehingga ilustrasi gambar dan warna didalam brosur ini berfungsi untuk menarik atau memikat daya tarik yang melihat. Ilustrasi dalam brosur juga memudahkan masyarakat untuk memahami pesan yang disampaikan didalam brosur.⁹ Demikian dalam brosur yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), dalam pemilihan warna dan ilustrasi sudah sesuai. Contohnya dalam brosur BSI *mobile* pada fitur tarik tunai tanpa kartu, didalam brosur terdapat gambar alfamart dan foto fitur BSI *mobile*, dimana maksud dari brosur yang ingin disampaikan kepada nasabah adalah untuk memberikan informasi bahwasanya melalui BSI *mobile*, nasabah dapat melakukan layanan tarik tunai tanpa kartu tanpa harus ke bank ataupun ke ATM, karena dapat dilakukan di

⁷ Ida Ruyadi, "Pemanfaatan Brosur dan Leaflet Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Pertanian," *Buletin Agro-Infotek*, Volume 1, Nomor 1 (2015), 68.

⁸ Miftakhul Jannah, "Analisis Strategi Promosi Yang Dilakukan Oleh Bank BRI Syariah KCP Kuansing A.Yani Dalam Memasarkan Produk Tabungannya (Studi Kasus: Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi)," *Skripsi*, (Universitas Islam Kuantan Singingi, 2019), 3.

⁹ *Ibid.*, 69.

alfamart terdekat. Selain itu pemilihan gambar dan kata-kata yang dicantumkan dalam brosur menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Tak hanya itu brosur BSI juga sering berisikan bonus-bonus serta chasback bagi pengguna BSI *mobile*, hal inilah yang menjadi poin dalam menarik minat nasabah menggunakan layanan BSI *mobile*. Dalam brosur juga disertakan kemudahan penggunaan layanan BSI *mobile*, bagi nasabah yang memang ingin mengetahui lebih lanjut penggunaan fitur-fitur layanan BSI *mobile*.¹⁰

Dalam prakteknya BSI KCP Magetan menyebarkan brosur melalui dua metode, yaitu secara langsung bersamaan dengan edukasi dan juga dipublikasikan melalui media sosial. Berdasarkan hasil penelitian yang merujuk pada bab tiga dapat diketahui bahwa penggunaan media brosur ini dapat membantu bank dalam memberikan informasi mengenai produk-produk, jasa serta layanan didalam BSI, khususnya layanan BSI *mobile*. Melalui brosur nasabah menjadi tahu fitur-fitur serta layanan apa saja yang terdapat dalam BSI *mobile*.

3. Penetrasi Pasar

Karena suatu perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat serta produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin beragam, oleh karena itu perusahaan tentunya memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan. Salah satu yaitu strategi segmentasi atau penetrasi pasar yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam melakukan pemasarannya.¹¹ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Erista Lutfi Ervina diketahui strategi segmentasi

¹⁰ BSI KCP Magetan, *Observasi*, 12 April 2023

¹¹ Erista Lutfi Ervina dan Mansur Aziz, “Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk TabunganKu di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun,” *Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2022), 1.

serta penetrasi pasar dilakukan dengan tujuan menambah jumlah nasabah pada produk tabunganku di Bank Muamalat KCP Madiun.¹²

Pada prakteknya, BSI KCP Magetan melakukan strategi penetrasi pasar dengan cara mengunjungi daerah serta wilayah yang belum pernah dimasuki, untuk mengenalkan produk serta layanan yang ada serta ditawarkan oleh BSI KCP Magetan. Selain itu, bank juga akan mengarahkan calon nasabah untuk melakukan aktivasi akun BSI *mobile*. Tak hanya itu, bank juga memberikan pemahaman kepada calon nasabah mengenai fitur apa saja serta bagaimana cara menggunakannya pada layanan BSI *mobile*.

4. Mengembangkan produk

Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur mengenai produk.¹³ Menurut Kotler dan Armstrong pengembangan produk merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk, memperbarui produk atau menciptakan produk baru ke segmen pasar yang ada, pengembangan konsep produk menjadi produk fisik dalam upaya memastikan bahwa ide produk bisa diubah menjadi produk yang bisa diwujudkan secara efektif.¹⁴ Tujuan pengembangan produk adalah untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain.¹⁵

¹² Ibid

¹³ <https://istanaumkm.pom.go.id> Diakses pada 24 April 2023 pukul 19.31 WIB

¹⁴ Ibid

¹⁵ Ibid

Strategi dalam optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* dengan pengembangan produk disini berupa mengembangkan layanan BSI *mobile*, baik fitur-fitur serta sistem layanan didalamnya. Dalam melakukan pengembangan produk berupa layanan BSI *mobile*, tentunya bank memiliki tujuan yaitu untuk memenuhi kebutuhan yang baru melalui layanan BSI *mobile* dengan menawarkan fitur layanan yang baru, serta mempertahankan pengguna layanan BSI *mobile* dengan menawarkan fitur layanan yang baru dan dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Hal ini juga sejalan dengan pendapat menurut Kotler dan Keller, tujuan dari pengembangan produk adalah: untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya, serta untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa bertambah terhadap lini produk yang sudah ada maupun revisi terhadap produk yang telah ada.¹⁶ Pada penelitian yang dilakukan oleh Ispandi Manurug, dkk. Ditemukan hasil dari pelaksanaan strategi optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* dengan pengembangan produk adalah menyangkut penyempurnaan atau penambahan fitur-fitur pada produk layanan *mobile banking* yang akan ditawarkan kepada konsumen/nasabah agar berminat untuk menggunakan layanan *mobile banking*.¹⁷

Dalam praktek strategi optimalisasi berupa pengembangan produk, didasarkan pada hasil penelitian yang merujuk pada bab tiga, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ispandi Manurug, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 34.

adalah dengan mengembangkan serta menyempurnakan fitur-fitur layanan yang sudah ada dalam *BSI mobile*, serta menambah fitur-fitur yang belum ada pada layanan *BSI mobile*. Hal ini dilakukan berdasarkan evaluasi terhadap respon dan keluhan nasabah terhadap penggunaan fitur-fitur yang ada dalam *BSI mobile*, juga evaluasi dari kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah, yang mana yang perlu menjadi bahan untuk menciptakan inovasi fitur layanan terbaru *BSI mobile* guna memudahkan nasabah dalam bertransaksi, sehingga terciptanya kepuasan nasabah yang semakin meningkat.

B. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penggunaan Layanan *BSI Mobile* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Magetan

1. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi optimalisasi penggunaan layanan *BSI mobile* adalah berasal dari motivasi bank untuk terus berupaya meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memudahkan berbagai transaksi yang dikehendaki oleh nasabah melalui penggunaan layanan *BSI mobile*. Sehingga dilakukannya strategi optimalisasi penggunaan layanan *BSI mobile tersebut*.

2. Faktor Eksternal

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi dilakukannya optimalisasi penggunaan layanan *BSI mobile* adalah melihat dari keluhan-keluhan yang diterima bank dari nasabah. Dimana masih banyak nasabah yang mengeluhkan bahwa mereka tak memiliki banyak waktu untuk menunggu nomor antrian yang terlalu lama, sedangkan sebagian besar dari mereka juga sangat minim pemahaman mengenai penggunaan fitur layanan *BSI mobile*.

C. Analisis Dampak Optimalisasi Penggunaan Layanan *BSI Mobile* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Magetan

1. Dampak positif

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hasna Zahira pada tahun 2022, diketahui hasil dari penelitian tersebut adalah dampak positif optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* dapat dicapai dengan meningkatkan produktivitas, sehingga tingkat efisiensi akan menjadi tinggi, dan berdampak pada kemudahan dalam transaksi nasabah yang dihasilkan akan menjadi tinggi sehingga target untuk meningkatkan kepuasan nasabah dapat dicapai dengan tepat.¹⁸ Penggunaan layanan *mobile banking* berdampak positif pada kemudahan transaksi yang dilakukan nasabah. Hal ini dirasakan nasabah ketika mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank melalui layanan *mobile banking*, karena dengan adanya *mobile banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas. Fitur yang sederhana membuat *mobile banking* melalui ponsel sangat mudah dimengerti. Bank juga merasa untung dengan layanan *mobile banking*. Selain itu layanan *mobile banking* dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi keuangan.¹⁹

2. Dampak negatif

Dampak negatif adalah dampak yang menimbulkan turunnya harkat, martabat, citra, kepercayaan, nama baik dan atau mengganggu kelancaran pelaksanaan tugas perusahaan/instansi/bank.²⁰ Pada penelitian yang dilakukan oleh Ispanding Manurug, dkk. Ditemukan hasil dari penelitian tersebut adalah

¹⁸ Hasna Zahira, "Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland," *UIN Syarif Hodayatullah Jakarta* (2022), 37.

¹⁹ *Ibid.*, 45.

²⁰ <https://kbbi.lektur.id> Diakses pada Sabtu, 22 April 2023 pukul 15.34

dalam optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* pengaruh terbesar yang mengarah pada dampak negatif adalah pada sistem penggunaannya, selain itu karena harus diakses melalui sistem *online*, kerap kali terkendala pada jaringan di internetnya.²¹

Dalam hasil penelitian, ditemukan dampak positif dari pelaksanaan optimalisasi layanan BSI *mobile*, melalui hasil wawancara dan didasarkan pada teori bahwasanya optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* berdampak positif terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan jumlah pengguna layanan BSI *mobile*. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah pengguna BSI *mobile* di BSI KCP Magetan. Hal tersebut dapat dipastikan melalui Tabel data jumlah nasabah dan transaksi pengguna BSI *mobile* di BSI KCP Magetan pada tahun 2019-2022 adalah sebagai berikut:
- b. Dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna layanan BSI *mobile*, maka kegiatan transaksi nasabah akan semakin mudah dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya nasabah yang komplain terkait layanan di BSI KCP Magetan.
- c. Dampak atau pengaruh terbesar ketika kemudahan transaksi didapatkan dan dirasakan oleh nasabah, maka yang terjadi adalah meningkatnya kepuasan nasabah di BSI KCP Magetan.

Optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan menghasilkan dampak positif dalam peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini

²¹ Ispandi Manurung, et. al. "Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 4, Nomor 1, (2023), 35.

didasarkan pada hasil penelitian yang merujuk pada bab tiga, dimana nasabah merasa terbantu dengan adanya layanan BSI *mobile* ini. Nasabah cukup puas dengan berbagai fitur layanan didalamnya. Karena dengan penggunaan layanan BSI *mobile* ini, nasabah tak perlu lagi mendatangi bank ataupun ATM ketika hendak melakukan transaksi keuangan. Nasabah cukup terbantu karena mereka hanya perlu melakukannya dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* mereka. Mereka tak perlu lagi menunggu antrian yang panjang dibank atau jauh-jauh mendatangi ATM, karena hampir keseluruhan transaksi keuangan bisa diakses melalui fitur-fitur dan layanan yang tersedia dalam BSI *mobile*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang peneliti lakukan mengenai permasalahan pada setiap rumusan masalah, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang dilakukan oleh BSI KCP Magetan adalah yang pertama dengan melakukan edukasi secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank. Edukasi dilakukan oleh *customer service* dan dibantu oleh *teller*. Dalam prakteknya, nasabah yang datang ke bank untuk melakukan transaksi ataupun membuka rekening baru akan ditanya oleh CS dan *teller*, apakah nasabah tersebut sudah memiliki dan menggunakan layanan BSI *mobile*. Jika belum maka nasabah akan diarahkan serta dituntun untuk melakukan aktivasi akun BSI *mobile* pada *smartphone* yang mereka miliki, selain itu pihak bank (CS dan *teller*) juga akan memberikan edukasi mengenai fitur-fitur layanan yang tersedia di BSI *mobile* beserta cara penggunaannya. Strategi edukasi inilah yang dirasa paling efektif dalam memaksimalkan pengguna layanan BSI *mobile*. Strategi yang kedua adalah melalui penyebaran brosur. Penyebaran brosur BSI *mobile* dilakukan melalui dua media, yaitu dengan secara langsung ketika nasabah mendatangi bank dan juga melalui media sosial milik bank dan juga media sosial milik *staff* serta karyawan pribadi. Brosur disini juga berfungsi sebagai sarana pelengkap strategi edukasi, karena melalui media cetak berupa ilustrasi didalamnya mampu menjelaskan maksud dari pesan yang terkandung dalam brosur. Brosur BSI *mobile* biasanya berisikan mengenai penawaran fitur layanan serta penjelasan penggunaannya dalam BSI *mobile*, kemudahan transaksi menggunakan BSI *mobile*, serta kelebihan dan bonus penggunaan fitur layanan BSI *mobile* yang

ditawarkan oleh bank. Melalui penyebaran brosur inilah yang akan menambah literasi serta pengetahuan nasabah mengenai BSI *mobile*, sehingga nasabah akan semakin tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* yang ketiga adalah penetrasi pasar. Penetrasi pasar dilakukan bank dengan mengunjungi daerah atau wilayah dilingkup kabupaten Magetan yang belum pernah dimasuki, untuk mengenalkan produk serta layanan yang ada di BSI KCP Magetan. Sedangkan strategi yang terakhir yaitu pengembangan produk. Pengembangan produk yang dimaksudkan disini adalah mengembangkan atau menyempurnakan fitur layanan yang sudah ada didalam BSI *mobile*, serta menciptakan fitur layanan baru sesuai kebutuhan transaksi nasabah untuk memberikan jenis kepuasan yang baru kepada nasabah.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan adalah disebabkan dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari motivasi bank yang ingin terus berupaya meningkatkan kepuasan nasabah salah satunya dengan cara memudahkan transaksi yang dikehendaki nasabah melalui penggunaan layanan BSI *mobile*. Sedangkan faktor eksternal muncul dari respon serta keluhan-keluhan yang dirasakan nasabah kepada bank, sehingga disusunlah strategi optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan.
3. Dampak dari optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* di BSI KCP Magetan ini adalah berdampak positif pada kepuasan nasabah. Dampak positif yang dirasakan nasabah adalah kemudahan dalam bertransaksi yang dikehendaki oleh nasabah, karena nasabah tak perlu lagi harus selalu ke bank atau ATM ketika hendak melakukan transaksi keuangan, nasabah di BSI KCP Magetan merasa

cukup terbantu dengan layanan BSI *mobile* ini, dengan berbagai fitur serta layanan yang cukup beragam dapat membantu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari analisis data pada penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran atau rekomendasi yang semoga dapat memberikan manfaat untuk kedepannya, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, untuk kedepannya lebih baik lagi dalam memberikan koreksi dan kontrol untuk pelaksanaan penelitian dan membantu mahasiswa dalam mencapai kompetensi serta ilmu sesuai bidangnya masing-masing.
2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Magetan, untuk kedepannya strategi edukasi lebih dimaksimalkan karena dari jumlah keseluruhan nasabah di BSI KCP Magetan masih belum mencapai prosentase 70% yang menggunakan layanan BSI *mobile*. Karena melalui strategi edukasi ini, juga mampu memberikan literasi kepada nasabah mengenai penggunaan layanan BSI *mobile*. Selain itu, Bank Syariah Indonesia diharapkan terus melakukan pengembangan di sistem BSI *mobile*, agar kendala seperti *error system* ataupun *trouble* dapat diminimalisir.
3. Bagi penelitian selanjutnya semoga memberikan kontribusi dan motivasi untuk terus mentelaah dan mengkaji mengenai optimalisasi penggunaan layanan BSI *mobile* serta diharapkan dapat lebih memperbanyak referensi yang berkaitan dengan topik penelitian, agar hasil penelitian yang diperoleh lebih baik dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Antonio, dkk. (2006). *Bank Syariah: Analisis Kekuatan , Kelemahan, Peluang dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anshari, Abdul Ghafur. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Bolon, Nelson Tampu. (2005). *Bijak Bere-Banking*. Jakarta: OJK.
- Chandra, Grerorius. dkk. (2004). *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan internetisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Irawan, Handi. (2002). *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. Cetakan pertama. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Iska, Syukri. (2012). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Jugiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Karim, Adiwarman A. (2014). *Bank Islam Analiss Fiqh dan Keuangan Edisi kelima*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Lewis, Mervyn K. Algaoud dan Latifa M. (2007). *Perbankan Syariah : Prinsip, Praktik dan Prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Machmud, dkk. (2010). *Bank Syariah Teori, Kebijakan, Dan Studi di Indonesia*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Muhamad. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad. (2009). *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Philip Kotler. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Person Education, Limited, England.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Pengembangan Strategi dan Model Pembelajaran: Inovatif, Kreatif dan Prestatif Dalam Memahami Peserta Didik*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. 17 (33): 91-94.
- Saed, Abdullah. (2008). *Bank Islam dan Bunga : Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sangadji, Sopia, Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Ghozali & Imam.
- Siringoringo, Hotniar. (2005). *Pemograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemitra, Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Retnoningsih. (2013). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*. Gorontalo: CAPS.
- Tim Prima Pena. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gita Media Press.

- Tjiptono, Fandy. (2014). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Umar Sidiq, et. al. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019).
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

B. JURNAL DAN ARTIKEL

- Alfarizi, Muhammad Hanum, Rastinia Kamila dan Syaibatul Aslamiah Hidayah. 2021. Optimizing the Use of Sharia Digital Transactions To Support Indonesia. *Economic Recovery*. 6 (1): 122–32.
- Debi Triyanti, dkk. 2021. Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. 2 (1): 1.
- Ervina, Erista Lutfi, dan Mansur Aziz. 2022. “Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk TabunganKu di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun,” *Journal of Islamic Banking and Finance*, 1 (2): 1.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Giro*.
- Herawati, Nunuk, Sulistyowati, Murni. 2019. Startegi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Pelayanan, Penanganan Komplain dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Journal Of Management, Business And Educatio*. 6 (2): 1.
- Irkhamiyati. 2017. Evaluasi Persiapan Perpustakaan STIKES ‘Aisyiyah Yogyakarta Dalam Membangun Perpustakaan Digital. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. 13 (1): 41.
- Ispandi Manurung, dkk. 2023. Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Stabat. *Jurnal Ekonomi Islam*. 4 (1): 28.
- Kartika, Garini, Segaf. 2022. Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Manajerial*. 9 (2): 1.
- Khaliq, Restu. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Journal of Management and Business*. 2 (1): 1.
- Khumaini, Sabik, dkk. 2022. Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Al-Maal. *Journal Of Islamic Economics and Banking*. 3 (2): 1.
- Mawarni, Rika, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto. 2021. Optimalisasi Kinerja Digital Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*. 34 (1): 12-17 <https://ejournal.stieibbi.ac.id>
- Nurdin, Indah Musyarafah, Nurfitri. 2020. Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu. *Journal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. 2 (1): 1.

- Nurhidayati, Maulida dan Novi Kurnia Cahyani. 2021. "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Jurnal of Islamic Banking and Finance*. 1 (2): 1.
- Pangestu, Dimas. 2022. Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. *Jurnal Muamalat Indonesia*. 2 (2): 92.
- Penelitian dan Pengaturan Direktorat, Perbankan and Indonesia. 2002. *Internet Banking di Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter Perbankan.
- Rosyidah, Nizar. Muhammad Khoirul Huda. 2019. Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. 10 (2): 166-168.
- Ruyadi, Ida. 2015. Pemanfaatan Brosur dan Leaflet Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Pertanian. *Buletin Agro-Infotek*. 1 (1): 68-69.
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2 (5): 565.
- Sudaryanti, Dedeh Sri. Nana Sahroni dan Ane Kurniawati. 2018. Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. 4 (1): 96-107.
- Syahputra, Angga. dkk. 2021. Sosialisasi Ekonomi Syariah Bagi Generasi Milenial Studi Kasus Pada Siswa Dayah Terpadu Al-Muslimun. *Dimasejati Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3 (1): 19.
- Waluyo, Bambang. 2013. Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia. *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*. 1 (1): 43.
- Yudiana, Fetria Eka. dkk. 2016. Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 10 (1): 1.

C. SKRIPSI DAN THESES

- Chairunnisa, Lia. (2022). *Pengaruh Layanan Digital dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fajria, Putri Fitriani. (2022). *Optimalisasi Strategi Layanan Mobile Banking Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu/KCP Nganjuk*. UIN Tulungagung.
- Fatmawati, Wahyuni Nada. (2021). *Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun*. IAIN Ponorogo.
- Hantagalung, Anggi Anggraini. (2018). *Analisis Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu*. UIN Raden Intan Lampung.
- Lestari, Wina Sri. (2016) *Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, Tbk KCP SM. Raja Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Lesti. (2019). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking*. IAIN Palopo.
- Marliani, Selly. (2021). *Perbandingan Layanan Muamalat Mobile dengan Muamalat Digital Islamic Network Terhadap Kepuasan Nasabah*. IAIN Metro.

- Mariati, Widarni. (2020). *Analisis Layanan E-Banking Dalam Meningkatkan Frekuensi Bertransaksi Nasabah*. UIN Mataram.
- Pangliuk, Ambok. (2019). *Pengaruh Digitalisasi Bank Syariah Mandiri Dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Universitas Hasanuddin.
- Prastiwi, Dwi. (2022). *Edukasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Dalam Membangun Budaya Menabung Masyarakat Pedesaan*. IAIN Ponorogo.
- Wardani, Navilah Laila. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Islam Malang.
- Zahira, Hasna. (2022). *Optimalisasi Penggunaan Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Cileungsi Metland*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

D. WAWANCARA DAN OBSERVASI

- BSI KCP Magetan. *Observasi*. 07 April 2023.
- BSI KCP Magetan. *Observasi*. 12 April 2023.
- Dony. *Wawancara*, 23 Januari 2023.
- Fitria, Citra. *Wawancara*, 6 April 2023.
- Marfu'ah, Siti. *Wawancara*, 6 April 2023.
- Marfu'ah, Siti. *Wawancara*, 7 April 2023.
- Marfu'ah, Siti. *Wawancara*, 10 April 2023.
- Mariyati. *Wawancara*, 16 Januari 2023.
- Marzuki, Muhammad. *Wawancara*, 10 April 2023.
- Purwanto, Edy. *Wawancara*, 23 Januari 2023.
- Purwanto, Edy. *Wawancara*, 6 April 2023.
- Purwanto, Edy. *Wawancara*, 7 April 2023.
- Rois, Faizal. *Wawancara*. 10 April 2023.
- Suprihatin. *Wawancara*. 10 April 2023.

E. WEBSITE

- Gramedia.com. sumber: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-data/> diakses pada, 01 Februari 2023, pukul 21.29.
- <https://www.bankbsi.co.id> diakses pada 09 April 2023, pukul 04.18
- <https://xaham.id/blog/insight/4-dampak-positif-pentingnya-kepuasan-pelanggan-untuk-bisnis>. Diakses pada 21 April 2023, Pukul 09.42 WIB
- <https://kbbi.lektur.id> Diakses pada Sabtu, 22 April 2023 pukul 15.34 WIB
- <https://istanaumkm.pom.go.id> Diakses pada 24 April 2023 pukul 19.31 WIB
- <https://www.detik.com> diakses pada 02 April 2023 pukul 07.56 WIB
- <https://kalam.sindonews.com> diakses pada 02 April 2023 pukul 07.58 WIB
- Maizal Walfajri, <https://keuangan.kontan.co.id> Diakses pada 29 Maret 2023, 23.3

