

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat kebutuhan manusia terhadap informasi semakin lengkap. Hal ini bisa terlihat dari banyaknya perusahaan yang mulai mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informatika untuk bisa bertahan dan dapat bersaing di pasar global. Perkembangan teknologi informasi yang paling banyak diminati adalah internet. Perkembangan internet sangat membantu bagi berbagai sektor. Hal ini dapat terjadi karena penggunaan internet yang semakin pesat menjadi sebuah kebutuhan primer bagi masyarakat. Menggunakan internet untuk membantu kemudahan dalam melakukan kegiatannya sehari-hari.

Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah perusahaan untuk melihat berbagai kesempatan yang ada dan dapat mencari strategi yang tepat untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada atau konsumen lama. Perusahaan harus mampu membaca setiap peluang dan ancaman yang ada dan memiliki strategi serta perencanaan yang tepat dan baik agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Hal ini memberikan pengaruh cukup besar terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam sektor ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan.

Salah satu sektor yang juga memanfaatkan perkembangan *internet* adalah sektor lembaga keuangan. Dalam melayani anggotanya lembaga keuangan juga memberikan kebebasan dengan adanya *self-service* yang memudahkan

anggotanya dalam bertransaksi. Layanan harus bisa menyesuaikan dengan mobilitas konsumen.

Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan lainnya. Saat ini *mobile banking* menjadi prioritas dalam pengembangan. Proses transaksi *non-cash* bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan *smartphone* dengan dihubungkan pada jaringan internet nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat guna memenuhi harapan konsumen tersebut dibutuhkan perangkat pendukung yang disebut dengan perangkat *mobile*. Salah satu aplikasi yang saat ini mulai menjadi perhatian adalah *mobile banking*. *Mobile banking* atau biasa disebut *M-banking* merupakan layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi.

Permintaan informasi keuangan, seperti cek saldo, mutasi rekening dan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler seperti XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya.¹

Berbagai penawaran produk atau jasa yang dikeluarkan bank sebagai turunan dari jasa e-banking dalam kemudahan akses oleh bank dengan nasabah, salah satunya menggunakan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* adalah salah satu bagian dari *m-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi

¹ Maryanto Supriona, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2011), hlm. 67

handphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan adanya *Mobile Banking*, nasabah tidak perlu lagi ke ATM atau pun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransaksi uang, cek saldo, atau pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai).

Indonesia *mobile banking* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi lembaga keuangan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, lembaga keuangan berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para anggotanya dengan memberikan fasilitasnya, berupa layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi atau bisnis. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (*mobile commerce*) dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka *mobile banking* terlihat sangat efektif bagi anggota lembaga keuangan.

Persaingan bisnis saat ini semakin tajam, setiap perusahaan semakin aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan. Konsep pemasaran perusahaan telah bergeser dari *product oriented* menjadi *customer oriented* artinya, tidak hanya memperhatikan mutu/ kualitas dari produk tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabahnya. Konsep *customer oriented* dapat diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk dan mutlak diterapkan pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa.²

Di lain pihak, industri perbankan harus berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dalam merebut jumlah nasabah dengan strateginya masing-masing. Perusahaan harus bersikap lebih profesional dalam meningkatkan

² Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 190.

layanan dengan cara memberikan diferensiasi produk dan kualitas layanan yang baik sehingga dapat memposisikan diri sebagai bank yang mempunyai nilai lebih dibandingkan para pesaingnya.³Dengan strateginya masing-masing, Perusahaan harus bersikap lebih profesional dalam meningkatkan layanan kualitas yang baik sehingga dapat memposisikan sebagai bank yang mempunyai nilai lebih dibandingkan para pesaingnya.

Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya seiring dengan meningkatkannya persaingan bisnis dibidang jasa. Namun, daya saing pada semua sektor telah sampai pada tingkat perkembangan yang signifikan. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih dinamis dan bergerak serba cepat serta lebih menghargai waktu.

Sebagian produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya.⁴

Baitut Tamwil Muhammadiyah yang disingkat menjadi BTM adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berada dibawah lingkungan Muhammadiyah sebagai program kerja dari pada Majelis Ekonomi Kewirausahaan dan ZIS. Lahirnya BTM sang surya tidak terlepas dari berdirinya Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah Pamekasan. Lembaga pilatropi kreatif ini dimaksudkan untuk

³ Ahmad Nurul Huda, JURNAL Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta.

⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm. 178.

memaksimalkan potensi dana zakat, infaq-shadaqah dilingkungan persyarikatan Muhammadiyah Pamekasan untuk disalurkan kepada program sosial, pendidikan, dakwah, dan ekonomi.

Jadi untuk saat ini kspp Syariah BTM sang surya Pamekasan bisa bersaing dengan lembaga keuangan yang lain dengan adanya aplikasi *mobile* memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi para anggotanya. di mana Tidak semua lembaga keuangan yang berbadan hukum koperasi memiliki aplikasi mobile, jadi ini menjadi suatu keunggulan bagi lembaga keuangan seperti KSPP Syariah BTM sang surya Pamekasan. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul "**Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan**".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan ?
2. Seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.⁵ Asumsi dasar dari penelitian ini adalah:

1. Pelayanan Mobile Banking akan membentuk kepuasan anggota.
2. Kepuasan anggota dipengaruhi adanya pelayanan *mobile banking*.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris.⁶ Hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan.
2. Ho: Tidak terdapat pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dalam layanan Mobil Banking dan menjadi pengalaman baru.
2. Bagi KSPP Syariah BTM Sang Surya Pamekasan diharapkan menjadi masukan untuk menambang anggotanya dan menjadi lebih banyak lagi yang menggunakan aplikasi Mobile Banking.
3. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN MADURA) sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi mahasiswa/mahasiswi serta

⁵ Tim penyusun pedoman penulisan karya ilmiah, pedoman penulisan karya Ilmiah (Pamekasan: STAIN pres, 2015), hlm. 10.

⁶ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan*, hlm. 11.

menjadi acuan bagi mahasiswa/mahasiswi lainnya dalam penelitian selanjutnya.

G. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian mencakup batasan atas variable-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian, dan lokasi penelitian.⁷ Ada dua variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian ini, yaitu pelayanan *mobile banking* (Variabel X) dan kepuasan anggota (Variabel Y) agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu batasan terhadap materi yang akan diteliti:

1. Pelayanan *MobileBanking* (variabel X)

Menurut parasuraman, dkk pelayanan Mobile banking, memiliki indikator-indikator yang dapat digunakan dalam penelitian adalah:⁸

- a. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan mampu untuk dipercaya. Terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan yang meliputi: pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- c. Empati (*empaty*) merupakan kemampuan perusahaan atau para staf perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus secara personal kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

⁷Ibid, hlm.12.

⁸ Fandi Tjiptono, dkk. *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3 (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm.220.

- d. *Tangibles* (bukti fisik) ditunjukkan dari kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kantor dan karyawan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- e. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan melalui penyampaian informasi yang jelas, serta didukung keinginan pada staf untuk membantu para pelanggan.

2. Kepuasan anggota (Variabel Y), indikatornya termasuk dalam unsur-unsur Kepuasan Nasabah, yaitu:⁹

- a. *Complaint and Suggestion System* (sistem keluhan dan saran)
- b. *Customer satisfaction surveys* (survei kepuasan pelanggan)
- c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)
- d. *Lost Customer Analysis* (analisa pelanggan yang lari)

3. Ruang lingkup lokasi

Lokasi penelitian bertempat di lembaga keuangan syariah yaitu di KSPP Syariah BTM SANG SURYA PAMEKASAN, NOMOR: 02/BH/XVI. 192016, Alamat : Jl. Kamboja No. 25 Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Judul proposal ini yaitu "pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan anggota di KSPP Syariah BTM sang surya Pamekasan" Supaya tidak

⁹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta,2011), hlm. 285-286.

terjadi kesalah pahaman maka perlu kiranya penulis memberikan definisi istilah terhadap beberapa istilah yang dianggap penting dan sulit.

1. Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh pegawai KSPP Syariah BTM sang surya Pamekasan kepada anggota yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan hanya saja bisa dirasakan.
2. *Mobile banking* adalah fasilitas layanan transaksi yang dapat diakses secara langsung oleh anggota via smartphone dengan menggunakan media jaringan internet.
3. Kepuasan merupakan penilaian anggota pengguna mobile banking atas layanan mobile banking yang diberikan dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan dari layanan yang dirasakan.
4. Anggota adalah seluruh pengguna mobile banking KSPP Syariah BTM sang surya Pamekasan.