

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Di negara berkembang seperti Indonesia dan negara di Asia lainnya, pemahaman sebagian masyarakat tentang bank masih sedikit. Di dunia modern, peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, hampir semua sektor usaha, yang meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, dan perumahan sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan.¹

Dari berbagai aktivitas yang ada di perusahaan, terdapat perbedaan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Ada perusahaan yang memiliki aktivitas sangat padat dalam menjalankan kegiatan usahanya. Artinya pelayanan yang sangat diberikan kepada pelanggan secara terus-menerus tanpa henti sampai sampai untuk istirahat pun sulit, hingga jam usaha tersebut ditutup. Disisi lain ada pula perusahaan yang aktivitasnya sedang-sedang saja, artinya tidak terlalu ramai, dimana terdapat waktu jeda dalam melayani pelanggan. Namun ada pula usaha yang boleh dikatakan sepi, artinya pelanggan yang datang untuk melakukan transaksi tidak terlalu banyak, ada beberapa faktor yang menyebabkan kegiatan perusahaan berjalan ramai, sedang dan sepi, salah satu faktornya yaitu pelayanan

¹ Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta, PRENAMEDIA GROUP, 2010), hlm. 1-2.

yang diberikan kepada pelanggan. Makin sempurna pelayanan yang diberikan, maka semakin banyak pelanggan yang datang untuk melakukan transaksi. Dan apabila perusahaan belum mampu memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan, maka dapat dipastikan pelanggan akan semakin berkurang, hal yang sangat disayangkan ketika citra perusahaan kurang baik di mata pelanggan, tentu perusahaan tersebut sudah tidak menarik lagi bagi pelanggan untuk kembali.

Seringkali pemimpin dalam setiap kesempatan atau rapat selalu membicarakan masalah pelayanan kepada pelanggan. Dikatakan bahwa pelayanan harus dipertahankan atau ditingkatkan lagi serta bagaimana cara-cara meningkatkannya. Bahkan jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan dan pelanggan mengeluh atau protes bukan tidak mungkin karyawan tersebut akan dipindahkan keposisi lain, atau karyawan tersebut dapat pula diberikan pelatihan guna meningkatkan pelayanannya agar menjadi lebih baik sesuai dengan standart yang telah ditetapkan.² Sedangkan menurut Kamus besar Bahasa Indonesia di kutip dari bukunya Hardiyansyah bahwa pelayanan memiliki tiga makna, (1). Perihal atau cara melayani; (2). Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang); (3). Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Dan menurut *American Marketing Association* bahwa pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak

² Kasmir, *Customer services excellent: teori dan praktik*, (Jakarta, Rajawali express, 2017), hlm. 6-47.

menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.³

Dalam era persaingan bisnis yang sangat ketat ini, baik di pasar domestik maupun pasar internasional hanya perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk (barang/jasa) dengan kualitas terbaik, harga bersaing, pendistribusian yang cepat dan tepat waktu serta pelayanan terbaiklah yang akan mampu bertahan.⁴ Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara di kutip dari bukunya Hardiyansyah berkaitan dengan Undang-undang nomor 63 tahun 2003 tentang definisi dari pelayanan umum adalah : Segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 UU No.25 tahun 2009, menjelaskan bahwa yang dimaksud pelayanan publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dapat di simpulkan dari beberapa pengertian di atas bahwasannya segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di pusat, di daerah, dan di lingkungan BUMN dan BUMD, dalam upaya

³ Hardiyansyah, *Kualtas pelayanan publik: konsep, dimensi, indikator, dan implementasinya*, (Yogyakarta, GAVA MEDIA, 2011), hlm. 10.

⁴ Maswar patuh priyadi, "Analisis kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan pada bank akyat indoensia (BRI) di jawa timur." *Ekuitas*, 10, 2, juni 2006, hlm. 222.

pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁵

Ketatnya persaingan dalam hal ini pelayanan membuat perkembangan internet kini dilakukan secara *self service*. Inovasi *self service* kepada konsumen merupakan cara untuk memberikan lebih banyak kontrol di tangan mereka sendiri⁶ hal ini dapat di lihat jelas dengan perkembangan teknologi yang setiap saat berkembang sangat pesat dan bahkan peranan manusia dewasa ini dapat tergantikan dengan adanya *Revolusi Industri 4.0*. dimana dalam pengertiannya *Revolusi Industri 4.0* ini sendiri merupakan nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik, dan istilah ini mencakup sistem *siber-fisik*, dan *internet* untuk segala pengembangan teknologi informasi⁷. Salah satu fasilitas yang dilakukan dengan *self service* adalah layanan teknologi *mobile banking*. *Mobile Banking* merupakan bagian dari teknologi *e-banking* yang merupakan suatu terobosan layanan informasi perbankan via *wireless* terbaru, meskipun sudah didahului dengan adanya ATM, Telepon dan *internet banking* dalam mendukung kegiatan perbankan, tetapi *mobile banking* memiliki keunggulan lain untuk transaksi menjadi lebih singkat dan efisien.⁸

Kemajuan teknologi memberikan peluang bagi para inovator untuk terus berusaha menciptakan produk-produk baru yang berkualitas. Kualitas dalam perkembangannya selain didorong oleh kemajuan teknologi juga disebabkan adanya perbaikan ekonomi masyarakat maupun meningkatnya persaingan antar

⁵ Hardiyansyah, *Kualtas pelayanan publik: konsep, dimensi, indikator, dan implementasinya*, hlm. 11.

⁶ Andika Febrianta, "Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank BCA di Bandung." *E-proceeding management*, 3, 3, (Desember 2016) hlm. 1.

⁷ <http://id.m.wikipedia.org.>industri>_4 di akses pada tanggal 11 november 2019

⁸ Andika Febrianta, "Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank CA di Bandung." hlm. 2.

perusahaan. Dilihat dari sisi penawaran yang diberikan oleh beberapa perusahaan maka dijumpai adanya persamaan bahkan sering kali tidak ada perbedaan. Untuk perbankan misalnya, *on line system* bukanlah merupakan hal baru, kini hampir disemua bank menjalankannya. Pada awalnya inovasi ini mampu membuat diferensiasi atau perbedaan bagi suatu bank, tetapi dengan kemajuan teknologi hal ini menjadi sangat mudah untuk diadopsi. Untuk bidang-bidang tertentu kemajuan teknologi bukan menjadi satu satunya alat untuk mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa misalnya, teknologi yang canggih tanpa kemampuan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen akan dengan mudah disingkirkan dari persaingan bisnis. Hal ini disebabkan adanya perubahan pada tingkat ekonomi masyarakat dan tingkat sosial yang pada akhirnya merupakan gaya hidup masyarakat.⁹

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.¹⁰

Sedangkan Pelanggan dalam pengertian sehari-hari adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang dan jasa,

⁹ Maswar Patuh Priyadi, "Analisis kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan pada bank rakyat indoensia (BRI) di jawa timur." hlm. 223.

¹⁰ Hanif astika kurniawati, wahyu agus winarno, alfi arif, "Analisis minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan teknologi acceptance model (TAM) yang telah di modifikasi." *E-journal ekonomi bisnis dan akuntansi*, iv, 1, (2017) hlm. 24.

secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. Dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standart kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (*performance*) pemberi jasa (perusahaan) tersebut,¹¹ oleh karena itu harapan performansi sebenarnya merupakan faktor utama dalam proses evaluasi, kita harus memenuhi dimensi produk dan performansi jasa.¹²

Dalam dunia persaingan bisnis baik perbankan konvensional maupun bank syariah sangatlah kuat dan ketat, dalam hal ini ditandai dengan adanya pelayanan yang membuat nyaman kepada nasabahnya. Salah satu layanannya yaitu *Mobile banking* dimana awal mula layanan berbasis teknologi ini mulai berkembang sejak tahun 2003 dimana ada 315 ribu orang pengguna layanan tersebut, namun empat tahun berikutnya atau lebih tepatnya pada tahun 2007 sudah mencapai 8,2 juta orang dan untuk satu tahun berikutnya lebih tepatnya tahun 2008 diperkirakan meningkat hingga 50% menjadi 12,32 juta orang pengguna.¹³

Demikian halnya yang dilakukan oleh PT BPRS Bhakti Sumekar baru-baru ini, dimana BPRS Bhakti Sumekar merupakan salah satu lembaga keuangan milik Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep yang ikut berpartisipasi dalam dunia bisnis perbankan. Manfaat dan tujuan dengan adanya BPRS Bhakti Sumekar mempunyai fungsi yang sama dengan Bank Umum Syariah lainnya dan

¹¹ Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta, GAVA MEDIA, 2014) hlm. 49.

¹² Supranto J, Limakrisna Nanda, *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2011) hlm. 238.

¹³<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/mihrunkamalina7200/5b4ac9e2ab12ae0af651ac24/perkembangan-internet-banking-di-indonesia> di akses pada tanggal 14 november 2019

ini sudah tertera di motto BPRS Bhakti Sumekar yaitu “*Mitra Dalam Bermuamalah*”. Menyadari akan semakin ketatnya persaingan bisnis di era *Revolusi industri 4.0* khususnya di dunia perbankan, dalam hal ini *Service* maka bank BPRS Bhakti Sumekar membuat suatu terobosan atau inovasi baru dalam hal teknologi informasi, dimana telah meluncurkan sebuah produk layanan *mobile banking* yang di beri nama “*BBS Mobile*” (Bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking) aplikasi ini berbasis *smartphone android* yang baru di launching pada tanggal 21 Agustus 2018.

Sesuai dengan Motto bank dan Kepemilikan Bank, maka dapat di kaitkan dengan Konsep Pemasaran yang Bersifat Kemasyarakatan “*societal marketing concept*” yaitu berpegang pada asumsi bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang di harapkan dengan cara lebih efektif dan lebih efisien daripada para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat menjamin atau mendorong kesejahteraan konsumen dan masyarakat¹⁴. Sedangkan *BBS Mobile* ini merupakan produk baru di BPRS Bhakti Sumekar, dengan Pengembangan Layanan Baru maka intensitas kompetensi dan ekspektasi pelanggan terus meningkat, untuk itu kesuksesan terletak tidak hanya pada penyediaan layanan yang sudah dimiliki dengan baik, tapi juga pada penciptaan pendekatan baru terhadap pelayanan.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang BPRS Bhakti Sumekar yang meluncurkan sebuah produk layanan jasa berbasis *Smartphone Android*, sehingga menjadi latar belakang penulis untuk

¹⁴ Harold T, *Marketing Management analysis, planing, and control*, (Bandung, Penerbit Erlangga, 1996) hlm. 43.

¹⁵ Christopher Lovelock, Jochen wirtz, Jacky mussry, *Pemasaran Jasa*, (Penerbit Erlangga, 2010) hlm. 117.

mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Layanan Bank BRPS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking (*BBS Mobile*) Kantor Cabang Madya Pamekasan.**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka ada beberapa fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur layanan bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile banking (*BBS Mobile*) Kantor cabang madya Pamekasan.?
2. Bagaimana deskripsi kualitas layanan bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking (*BBS Mobile*) kantor cabang madya Pamekasan.?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui prosedur layanan bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile banking (*BBS Mobile*) Kantor cabang madya Pamekasan.
2. Untuk Mendeskripsikan kualitas layanan bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking (*BBS Mobile*) Kantor cabang madya Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini yakni manfaat atau kegunaan secara ilmiah dan manfaat atau kegunaan secara praktis antara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Akademis

a. Bagi IAIN Madura

Untuk menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi IAIN MADRA dalam mengembangkan keilmuannya khususnya dalam bidang Perbankan.

b. Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan wawasan dalam bidang perbankan syariah serta sebagai bentuk aplikatif atas apa yang telah diperoleh dibangku kuliah. Serta mengetahui tentang analisis kualitas layanan *BBS Mobile* di BPRS Bhakti Sumekar kantor cabang madya pamekasan.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar

Sebagai pertimbangan dalam rangka meningkatkan kinerjanya. Khususnya dalam bidang pelayanan. Serta diharapkan dapat dijadikan acuan untuk menambah/menginovasi produk-produk layanan baru ke depannya dan pihak BPRS Bhakti Sumekar harus lebih semangat serta telaten dalam memperkenalkan produk-produknya kepada nasabah guna menarik minat nasabah untuk menabung atau bertransaksi pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini bisa menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah serta beralih kepercayaan yang awalnya dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah, Terutama ke BPRS Bhakti Sumekar.

E. Definisi Istilah

Sebagai batasan pada penelitian ini agar tidak menimbulkan kesalahan pemahaman pada pembaca, maka perlu di jelaskan beberapa istilah yang di

berkaitan dengan judul Analisis Kualitas Layanan Bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking (*BBS Mobile*) Kantor Cabang Madya Pamekasan. Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam memahami istilah-istilah pokok yang perlu didefinisikan adalah sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.
2. Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu.
3. Layanan adalah perihal atau cara melayani.
4. *Internet banking* adalah sebuah layanan jasa perbankan yang terhubung dengan jaringan internet melalui *website* resmi milik bank.
5. *Mobile banking* adalah sebuah layanan jasa bank yang menggunakan jaringan *internet* dengan melalui aplikasi resmi bank yang sudah di instal di *smartphone*.
6. Bank BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking (*BBS Mobile*) adalah produk aplikasi layanan berbasis *smartphone android* yang baru di launching pada tanggal 21 Agustus 2018.