

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN M-BANKING PADA PT BANK SUMUT KC KISARAN

Rosalin Yunita Aritonang¹, Isnadul Noer Afifah², Nurlinda³

Perbankan dan Keuangan^{1,2,3}, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

rosalinaritonang@students.polmed.ac.id¹, isnadhatulafifah@students.polmed.ac.id²,

nurlinda@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* Bank Sumut. Penelitian ini menggunakan 94 nasabah sebagai sampel dari 1500 populasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* Bank Sumut menghasilkan rata-rata nilai 4,3 dan berada pada kategori “Puas”.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman semakin maju dan diikuti dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat pula. Informasi dan teknologi berkembang secara terus menerus di berbagai sektor, tak terkecuali sektor perbankan. Hal ini dimanfaatkan oleh dunia perbankan dalam melakukan persaingan bisnis antar bank.

Persaingan bisnis antar bank yang terjadi saat ini, setiap harinya semakin ketat. Bank yang ingin berkembang dan meningkatkan keunggulan harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada setiap nasabahnya. Pelayanan terbaik yang diberikan oleh setiap bank harus dapat menciptakan suatu kepuasan dalam diri nasabah atas penggunaan produk dan jasanya.

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain (Adela, 2020). Saat ini, setiap bank harus mampu bersaing terutama dalam hal mengeluarkan produk dan jasa terbaiknya. Dalam menjalankan usahanya, bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Namun hal ini juga harus didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai agar dapat menarik minat masyarakat. Salah satunya adalah dengan mengeluarkan terobosan baru pada produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah.

Dunia perbankan mengeluarkan sebuah terobosan baru pada produk layanan yang memiliki teknologi canggih dan dapat memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan dalam kurun waktu beberapa tahun ini. Produk layanan tersebut dapat diakses melalui salah satu media elektronik yaitu *smartphone* yang dikenal dengan *mobile banking (m-banking)*.

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *mobile banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh telepon selular dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan

perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank (Hadi & Novi, 2015).

Kelemahan dari *mobile banking* salah satunya adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi ketertidaksediaan jaringan, maka layanan *mobile banking* tidak bisa diakses dan melakukan transaksi. Selain memberikan layanan kemudahan, kelancaran, dan kenyamanan dalam bertransaksi, *mobile banking* juga memberikan layanan keamanan bagi setiap penggunaannya. *Mobile Banking* yang digunakan setiap nasabahnya hanya dapat diakses apabila pengguna memasukkan password terlebih dahulu untuk menjaga keamanan data pribadi pengguna *mobile banking*.

Pengguna *mobile banking* di Indonesia per 2020 sudah mencapai 36 juta pengguna dan di prediksi akan terus bertambah hingga 88 juta pengguna selama masa pandemi covid-19 (Zufrizal, 2020). Era pandemi covid-19 saat ini, penggunaan *mobile banking* merupakan salah satu langkah yang efisien dalam meminimalisir risiko penyebaran virus covid-19 melalui penggunaan uang tunai dalam sektor perbankan.

Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran merupakan salah satu bank yang menyediakan layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Sumut diberi nama “Sumut Mobile”. Layanan *mobile banking* yang ditawarkan mempunyai berbagai fitur yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur yang dapat diakses seperti cek saldo, mutasi, transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dll. Layanan *mobile banking* bank sumut sudah menyediakan fitur *Cardlezz* dimana nasabah dapat menarik tabungan di mesin ATM tanpa membawa kartu ATM-nya. Pengguna aplikasi layanan *mobile banking* “Sumut Mobile” meningkat sebanyak 67 ribu pengguna sepanjang pandemi atau sekitar 50%. Total pengguna aplikasi “Sumut Mobile” saat ini adalah 192 ribu pengguna (Manik, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian dari Wardhana (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia menyebutkan bahwa fasilitas layanan *m-banking* di Indonesia sudah sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dan dapat memberikan jaminan keamanan bagi pengunanya. Nasabah juga merasa puas terhadap kualitas layanan *m-banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. Kemudian menurut penelitian dari Dwinurpitasari (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponogoro menyebutkan bahwa tingkat kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

Tingkat kepuasan nasabah menjadi salah satu tolak ukur dalam meningkatkan layanan *mobile banking*. Maka untuk itu, peneliti tertarik untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang berjudul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Freddy Rangkuti dalam Dwinurpitasari (2019), kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka sedang menikmati suatu bentuk pengalaman pekerjaan umum dengan menggunakan produk/jasa.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2020), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Freddy Rangkuti dalam Dwinurpitasari (2019) mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Kualitas layanan (*service quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk (*product quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
4. Faktor situasi (*situational factor*), yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
5. Faktor pribadi (*personal factor*), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.

Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono dalam Dwinurpitasari (2019), terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah. Adapun indikator kepuasan nasabah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.
3. Minat pembelian ulang (*repurchase intent*)
Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
4. Kesediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*)
Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
5. Ketidakpuasan nasabah (*customer dissatisfaction*)
Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan nasabah, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negatif*, dan *defections*.

Pengertian Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang, sedangkan pelayanan merupakan perihal usaha melayani kebutuhan orang lain.

Menurut Dwi Suhartanto dalam Adela (2020), layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Kasmir, pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai

tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan (Adela, 2020).

Pengertian *Mobile Banking*

Dalam Menurut Nelson Tampubolon dalam Putri (2019), *mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau aplikasi yang dapat di unduh dan diinstal oleh nasabah.

Menurut Turban dalam Harish (2017), *mobile banking* merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat *mobile*.

Mobile banking memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan segala transaksi yang berkaitan dengan perbankan. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre ke kantor cabang perbankan ataupun mesin ATM untuk melakukan berbagai transaksi. Dengan *mobile banking* segalanya bisa dilakukan dengan sangat mudah. *Mobile banking* juga dapat diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

Fitur Layanan *Mobile Banking*

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya (Putri, 2019).

Manfaat Penerapan *Mobile Banking*

Menurut Maryanto Supriyono dalam Adela (2020), manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan penggunaan *mobile banking* adalah :

1. Mudah
Untuk langsung transaksi perbankan, kita tidak perlu datang langsung ke bank kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.
2. Praktis
Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.
3. Aman
M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.
4. Penggunaan yang bersahabat
M-banking dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.
5. Nyaman
Nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggaman tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.

Indikator Layanan *Mobile Banking*

Menurut Tatik Suryani dalam Dwinurpitasari (2019), indikator layanan *electronic banking* adalah sebagai berikut :

1. Efisiensi (*efficiency*), yaitu memampukan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
2. Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
3. Kesediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank.
4. Privasi (*privacy*), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keragu-raguan.
5. Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
6. Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kemampuan bank membuat situs yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada *web site*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran, dimana data penelitian didapatkan secara online dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* dan pengumpulan data dibantu oleh *customer service*.

Populasi

Menurut Sugiyono dalam Harish (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 1500 nasabah pengguna *mobile banking* (per Mei 2021) pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran.

Sampel

Sampel menurut Sugiyono dalam Fijrani (2018), mendefinisikan sampel adalah sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* atau sampel acak sederhana yaitu teknik pengambilan sampel atau elemen secara acak dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Pramesti, 2020). Sampel dalam penelitian ini didapat melalui rumus slovin yaitu sebanyak 94 responden yang merupakan nasabah pengguna *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran.

Jenis Data

Data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Dalam hal ini data primer adalah data tanggapan langsung dari nasabah melalui pengisian kuesioner yang diberikan pada responden. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal dokumen, studi kepustakaan dan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian (Sari, 2015).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono dalam Harish (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner dalam penelitian menggunakan skala ordinal dengan teknik penskalaan likert. Skala likert merupakan metode perhitungan kuisisioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui skala sikap suatu objek tertentu (Adela, 2020). Pemberian skor dalam kuesioner ini berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan 1 (Sangat Tidak Puas (STP)), 2 (Tidak Puas (TP)), 3 (Netral (N)), 4 (Puas(P)), 5 (Sangat Puas)).

Instrumen pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini didapat melalui penelitian yang dilakukan oleh Dwinurpitasari (2019).

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiyono dalam Azzahra (2019), analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengolahan data melalui kuesioner yang disebar secara online dalam bentuk *google form* dengan pengumpulan data dibantu oleh *customer service* PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran. Terdapat total 22 pertanyaan dalam kuesioner, diantaranya 7 pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah (X) dan 15 pertanyaan untuk variabel Layanan *Mobile Banking* (Y).

Hasil pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin menghasilkan pengguna layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang dan perempuan sebanyak 57 orang. Berdasarkan hasil pengumpulan data tersebut dapat dilihat bahwa pengguna layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran didominasi oleh nasabah dengan jenis kelamin perempuan.

Hasil pengumpulan data responden berdasarkan usia menghasilkan pengguna layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran dengan usia < 21 tahun sebanyak 4 orang, 21-30 tahun sebanyak 85 orang, > 30 tahun sebanyak 5 orang. Berdasarkan hasil pengumpulan data tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata pengguna layanan *mobile banking* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran berada pada usia sekitar 21-30 tahun.

Hasil pengumpulan dan pengolahan data menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan dalam kuesioner menghasilkan rata-rata nilai dengan kepuasan nasabah berada pada kategori "puas". Hasil tingkat kepuasan nasabah pada setiap variabel dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Setiap Variabel

No	Variabel	Jumlah Skor	Rata-Rata	Kriteria	Simpulan
1	Kepuasan Nasabah	2861	4,3	Puas	Puas
2	Layanan <i>Mobile Banking</i>	6067	4,3	Puas	Puas

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan kuesioner dengan 94 responden yang telah disebar oleh peneliti, variabel kepuasan nasabah dan layanan *mobile banking* menghasilkan rata-rata nilai 4,3 berada pada kategori puas,

artinya nasabah sudah merasa puas dengan seluruh layanan *mobile banking* yang disediakan oleh PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran.

Tabel 2. Deskripsi Indikator Layanan Mobile Banking PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran

No	Indikator	Jumlah Skor	Rata-rata Nilai	Simpulan
1	Efisiensi	1212	4,3	Puas
2	Pemenuhan Janji	787	4,2	Puas
3	Kesediaan Sistem Beroperasi	784	4,2	Puas
4	Privasi	1240	4,4	Puas
5	Jaminan/Kepercayaan	1223	4,3	Puas
6	Tampilan Situs	821	4,4	Puas

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan setiap indikator dalam variabel layanan *mobile banking* menghasilkan nilai tingkat kepuasan nasabah diatas 4 dan berada pada kategori “Puas”.

Hasil analisis pada indikator efisiensi menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,3 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan keefisienan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* Bank Sumut. Sehingga nasabah merasa bahwa dengan menggunakan layanan *mobile banking* Bank Sumut nasabah dapat lebih efisien dikarenakan layanan mobile banking Bank Sumut yang mudah diakses, dan mudah dalam bertransaksi antar sesama bank maupun beda bank.

Hasil analisis pada indikator pemenuhan janji menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,2 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Sumut yang dapat memberikan informasi terbaru terkait informasi saldo, mutasi, serta produk bank kepada nasabah melalui layanan *mobile banking* Bank Sumut.

Hasil analisis pada indikator kesediaan sistem beroperasi menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,2 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan sistem operasi *mobile banking* Bank Sumut yang selalu berjalan dengan baik dan jarang mengalami kegagalan.

Hasil analisis pada indikator privasi menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,4 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Sumut yang sudah dapat menjaga semua privasi setiap nasabahnya. Privasi setiap nasabah pengguna *mobile banking* Bank Sumut dijaga melalui penggunaan PIN/password serta sidik jari pada saat akan membuka aplikasi *mobile banking* Bank Sumut.

Hasil analisis pada indikator jaminan/kepercayaan menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,3 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* Bank Sumut yang sudah mampu menjaga seluruh data dari setiap penggunaannya. Penggunaan PIN/password serta sidik jari pada aplikasi *mobile banking* Bank Sumut juga memberikan jaminan keamanan data yang diberikan pihak bank kepada setiap nasabah penggunaannya.

Hasil analisis pada indikator tampilan situs menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan pada nilai 4,4 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah merasa puas dengan tampilan menarik dan mudah dipahami yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* Bank Sumut sehingga memberikan kenyamanan pada setiap penggunaannya.

Tabel 3. Deskripsi Indikator Kepuasan Nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran

No	Indikator	Jumlah Skor	Rata-rata Nilai	Simpulan
1	Kepuasan Secara Keseluruhan	823	4,4	Puas
2	Konfirmasi Harapan	805	4,3	Puas
3	Minat Pembelian Ulang	410	4,4	Puas
4	Kesediaan Rekomendasi	410	4,4	Puas
5	Ketidakpuasan Nasabah	413	4,4	Puas

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan setiap indikator dalam variabel kepuasan nasabah menghasilkan nilai tingkat kepuasan nasabah diatas 4 dan berada pada kategori “Puas”.

Hasil analisis pada indikator kepuasan secara keseluruhan menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan 4,4 pada kategori puas, artinya nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran secara keseluruhan sudah merasa puas dengan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Sumut baik itu dalam hal kinerja maupun fitur pada aplikasi *mobile banking*.

Hasil analisis pada indikator konfirmasi harapan menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan 4,3 pada kategori puas, artinya seluruh nasabah sudah merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Sumut yang sudah dapat memenuhi harapan dari setiap nasabahnya. Layanan serta fitur-fitur yang disediakan oleh *mobile banking* Bank Sumut sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah.

Hasil analisis pada indikator minat pembelian ulang menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan 4,4 pada kategori puas, artinya nasabah berminat untuk memakai layanan *mobile banking* secara terus-menerus/berulang baik dalam hal melakukan transaksi maupun pembayaran dikarenakan nasabah sudah merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh *mobile banking* Bank Sumut.

Hasil analisis pada indikator kesediaan merekomendasikan menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan 4,4 pada kategori puas, artinya nasabah sudah merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Sumut sehingga nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran bersedia untuk merekomendasikan layanan *mobile banking* Bank Sumut kepada nasabah lain yang belum menggunakan layanan tersebut.

Hasil analisis pada indikator ketidakpuasan nasabah menghasilkan rata-rata tingkat kepuasan 4,4 pada kategori puas, artinya nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran sampai saat ini tidak ada merasa ketidakpuasan terhadap layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Sumut dikarenakan manfaat seperti dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun yang diberikan oleh layanan *mobile banking* Bank Sumut sudah memberikan kepuasan secara keseluruhan kepada nasabah.

Berdasarkan seluruh analisis diatas dan merujuk pada Tabel 32, nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran secara keseluruhan sudah merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Sumut baik itu dalam kinerja maupun fitur yang disediakan. PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran sudah menyediakan layanan *mobile banking* yang baik dan mampu memberikan kepuasan kepada setiap nasabah penggunanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adela (2020), bahwa kualitas layanan *mobile banking* pada Bank BNI KCP Rajabasa menunjukkan hasil yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* tersebut. Penelitian ini juga sejalan dengan Dwinurpitasari (2019), yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk *mobile banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut menunjukkan hasil yang baik pada kualitas layanan dan produk serta mampu meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Ponorogo. Namun bertentangan dengan penelitian Rusdianti (2017), perbedaan ini disebabkan pada penelitian tersebut menyatakan nasabah merasa cukup puas dengan layanan BNI *e-banking* tetapi tidak secara keseluruhan sedangkan pada penelitian ini nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran secara keseluruhan sudah merasa puas dengan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Sumut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking* PT Bank Sumut berada dalam kategori

“Puas”. Nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Kisaran merasa puas dengan seluruh layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Sumut, seperti kinerja, fitur, tampilan, dan keamanan yang dapat memudahkan serta mampu memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*.
- Azzahra, N. V. (2019). *Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen JNE Di Wilayah Cinere)*.
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo*.
- Fijrani, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin*.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>.
- Harish, I. N. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Depok)*.
- Manik, C. E. (2021). *Pengguna Sumut Mobile Meningkat 50 Persen Selama Pandemi*. [Www.Bisnis.Com. https://sumatra.bisnis.com/read/20210209/534/1354509/pengguna-sumut-mobile-meningkat-50-persen-selama-pandemi](https://sumatra.bisnis.com/read/20210209/534/1354509/pengguna-sumut-mobile-meningkat-50-persen-selama-pandemi).
- Pramesti, A. V. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank Syariah KCP Ajibarang*.
- Priansa, D. J. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Raysa Sekar Putri. (2019). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang*.
- Sari, R. N. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Palangkaraya Kalimantan Tengah*. *Jurnal Manajemen*.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT Rineka Cipta.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia*. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>.
- Zufrizal. (2020). *Pengguna Mobile Banking di 4 Negara Ini Bakal Meroket*. [Www.Bisnis.Com. https://finansial.bisnis.com/read/20201209/90/1328817/pengguna-mobile-banking-di-4-negara-ini-bakal-meroket](https://finansial.bisnis.com/read/20201209/90/1328817/pengguna-mobile-banking-di-4-negara-ini-bakal-meroket).