

**Aplikasi Penggunaan Teknologi *E-Banking* Dalam Upaya
Peningkatan Pelayanan Nasabah
(Studi Kasus PT. Bank Muamalat KCP Stabat)**

Latifah Rahman^{1*}, Muhammad Saleh², Diyan Yusri³

Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura@staijm.ac.id *^{1, 2, 3}

¹email: latifahrahman823@gmail.com

²email: muhammadsaleh81@gmail.com

³email: diyan_yusri@staijm.ac.id

Artikel Info

Received:
March 05, 2022

Revised:
April 02, 2022

Accepted:
May 11, 2022

Published:
June 20, 2022

Abstract: This study focuses on the discussion of the E-Banking application offered, the perceived barriers, and the improvement in customer service perceived by the E-Banking facilities offered by PT. Bank Muamalat Stabat Sub-Branch Office. The research method used in this research is a descriptive qualitative research method with an empirical approach. People who are used as informants in this study are employees and customers who use the E-Banking product of PT. Bank Muamalat Stabat Sub-Branch Office. In this study, researchers used a collection technique, namely by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis in this study consisted of data editing, data classification, data verification, data analysis, and drawing conclusions. The results of the study explain that the application of the use of E-Banking technology offered by PT. Bank Muamalat Sub-Branch Office Stabat that is Automatic Teller Machine, Sala Muamalat, Muamalat Internet Banking, Muamalat Mobile Banking, Virtual Account Muamalat, Muamalat Cash Management

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aplikasi E-Banking yang ditawarkan, hambatan yang dirasakan nasabah, serta peningkatan pelayanan yang dirasakan nasabah dengan fasilitas E-Banking yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan empiris. Objek dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah pengguna produk E-Banking PT. Bank Muamalat KCP Stabat. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisa data yang digunakan terdiri dari editing data, klasifikasi data, verifikasi data, analisa data, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa aplikasi penggunaan teknologi E-Banking yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat yaitu ATM, Sala Muamalat, Internet Banking Muamalat, Mobile Banking Muamalat, Virtual Account/MPOM Muamalat, Cash Management System Muamalat, dan Gerai Muamalat

System, and Muamalat Outlets (Payment Point Online Bank). Barriers to the use of E-Banking technology at PT. Bank Muamalat Stabat Sub-Branch Office, namely unsupported network, lack of customer capability regarding the use of technology, and technical problems using E-Banking. There was an increase in the service perceived by customers with the E-Banking facilities offered by PT. Bank Muamalat Stabat Sub-Branch Office. The existence of E-Banking facilities improves the service that customers feel when transacting, starting from increasing convenience, speed, security, and trust.

Keywords: *E-Banking Application, Barriers, Customer Service*

(Payment Point Online Bank/PPOB). Hambatan penggunaan teknologi E-Banking pada PT. Bank Muamalat KCP Stabat yaitu jaringan yang tidak mendukung, kurangnya kemampuan nasabah tentang penggunaan teknologi, dan masalah teknis penggunaan E-Banking. Terjadi peningkatan pelayanan yang dirasakan nasabah dengan fasilitas E-Banking yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat. Dengan adanya fasilitas E-Banking meningkatkan pelayanan yang dirasakan nasabah saat bertransaksi mulai dari peningkatan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kepercayaan.

Kata Kunci: *Aplikasi E-Banking, Hambatan, Pelayanan Nasabah*

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis dalam dunia Perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha (Fandy Tjiptono, 2012). Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia Perbankan ini, kualitas pelayanan Perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa Perbankan semakin kompleks setelah keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Sementara dari sisi produk, banyak Bank menawarkan produk yang hampir sama. Salah satu hal yang bisa membedakan Bank dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan Perbankan, termasuk dalam menarik minat nasabah. Beberapa Bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa Bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga Bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya (Ismail, 2010). Dalam upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri Perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, Perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, Perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya, dari berbagai bidang industri, Perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun untuk kepentingan nasabah.

Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa Perbankan seperti teknologi *Electronic Banking* atau *E-Banking*. *E-Banking* juga harus memperhatikan beberapa unsur pemasaran untuk memasarkan jasa tersebut. Beberapa unsur pemasaran yang akan digunakan adalah unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2001).

Terobosan-terobosan baru produk dan jasa Perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan *Internet Banking*. *E-Banking* adalah salah satu upaya dari pihak Perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam bertransaksi. Dalam hal ini nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi. Transaksi *E-Banking* dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan

dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real-time* (Maryanto Supriyono, 2011).

E-Banking menawarkan kemudahan tanpa batas kepada nasabah. Keuntungan salah satu layanan *E-Banking* yaitu *Internet Banking* banyak membantu masalah pelayanan. Dengan adanya layanan tersebut yang di sediakan oleh sebuah Bank, pelayanan akan menjadi cepat dan efektif serta bisa dilakukan di mana pun dan kapan pun selama 24 jam sehari sehingga, nasabah tidak perlu repot-repot lagi mengantri di depan teller saat hendak mengirim sejumlah uang. Tetapi *Internet Banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan. Seperti halnya masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *Internet Banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan *Internet Banking*. *Internet Banking* meyakinkan nasabah akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah

Hasil penelitian terdahulu oleh Esti Pujahati dalam penelitiannya yang berjudul “*Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu*”, memberikan penjelasan bahwa berbagai produk *E-Banking* yang ditawarkan pada Bank Muamalat dan kendala yang dihadapi dalam penggunaan fasilitas *E-Banking* pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu yaitu *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Phone Banking* (Sala Muamalat), dan Kartu Shar-E (ATM) dengan kendala dalam penggunaan fasilitas *E-Banking* yaitu pada kemampuan nasabahnya karena berada di daerah yang sulit mengakses jaringan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggambarkan penggunaan aplikasi penggunaan teknologi *E-Banking* dalam upaya peningkatan pelayanan nasabah di PT. Bank Muamalat KCP Stabat. Metode dalam penelitian ini dilakukan dengan cara

mengamati secara langsung terhadap objek tertentu yang terjadi fokus penelitian dengan menggunakan teknik *Participant Observation*, wawancara, dokumentasi. Adapun proses analisis data yang penulis gunakan adalah Tahap *Edit*, Tahap Klasifikasi, Tahap Verifikasi, Tahap Analisa Tahap *Conclusion* (Kesimpulan).

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kunjungan ke website resmi PT. Bank Muamalat KCP Stabat maka secara umum aplikasi penggunaan teknologi *E-Banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat yaitu:

1. *ATM (Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri
2. *Sala Muamalat* yang merupakan layanan *Phone Banking* melalui IVR (*Interactive Voice Response*) dan petugas layanan nasabah yang beroperasi 24 jam yang memberikan kemudahan bagi nasabah.
3. *Internet Banking* Muamalat yang merupakan layanan Perbankan elektronik melalui akses internet yang dapat beroperasi 24 jam, untuk kemudahan nasabah melakukan transaksi keuangan pribadi maupun bisnis.
4. *Mobile Banking* Muamalat merupakan layanan Perbankan elektronik untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial yang dapat beroperasi 24 jam, dengan mengunduh aplikasi melalui Smartphone.
5. *Virtual Account* Muamalat merupakan layanan yang disediakan Bank Muamalat untuk memudahkan pelanggan Mitra dalam melakukan pembayaran kewajiban/tagihan kepada pihak Mitra melalui delivery channel Bank Muamalat dan channel Bank lain serta membantu Mitra dalam pengelolaan, pelaporan, dan identifikasi transaksi pembayaran.
6. *Cash Management System (CMS)* Muamalat merupakan fasilitas *Internet Banking* untuk nasabah perusahaan yang memungkinkan nasabah memonitor maupun

melakukan transaksi Perbankan atas seluruh rekening yang berada di cabang Bank Muamalat di Indonesia secara *real time* online.

7. Gerai Muamalat atau lebih dikenal dengan sebutan PPOB adalah layanan atau fasilitas sistem pembelian voucher dan pembayaran tagihan yang dilakukan secara tunai oleh masyarakat pada Loker atau Payment Point yang sudah bekerjasama dengan Bank Muamalat.

Layanan *E-Banking* pada dasarnya memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, komunikasi, dan mendapatkan informasi terkait dengan kegiatan Perbankan. Tidak hanya keuntungan atau hal positif yang dirasakan nasabah dalam menggunakan layanan *E-Banking*, namun ada hambatan atau kendala yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan layanan ini.

Pernyataan dari hasil wawancara dengan nasabah yang menggunakan layanan *E-Banking* yaitu Ibu Indah Retno bahwa kendala yang beliau alami sebagai pengguna jasa perbankan dengan layanan ATM adalah mesin ATM yang terkadang mengalami error sedangkan untuk layanan mobile banking terkendala pada sinyal dan kuota. Hal yang sama juga di alami oleh saudara Muhammad Nazry dan Edy Rosadi. Berbeda dengan yang di alami saudari Siska Novita Siagian kendala yang dihadapi ketika memakai layanan jasa perbankan adalah penggunaan kode bank ketika transfer ke bank lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan, secara umum hambatan-hambatan yang terjadi pada nasabah Bank PT. Bank Muamalat KCP Stabat dalam penggunaan fasilitas *E-Banking*, yaitu:

1. Jaringan yang Tidak Mendukung

Sering terjadi nasabah yang pada umumnya memiliki hambatan dalam menggunakan fasilitas *E-Banking*. Nasabah yang berada di daerah sulit untuk mengakses jaringan seperti di pedesaan, maka secara otomatis jaringannya akan terganggu. Hal tersebut yang menyebabkan nasabah pada Bank PT. Bank

Muamalat KCP Stabat lebih memilih untuk tidak menggunakan aplikasi *E-Banking* atau menunda penggunaannya karena memang tidak bisa digunakan apabila tidak ada jaringan atau tidak terkoneksi ke internet atau terjadi eror pada sistem.

2. Kurangnya Kemampuan Nasabah Tentang Penggunaan Teknologi

Kurangnya ilmu pengetahuan masyarakat tentang fasilitas *E-Banking* sehingga masih banyak yang tidak mengerti atau bingung dalam penggunaan teknologi atau dalam menggunakan layanan *E-Banking* ini. Nasabah sering bertanya kepada *customer service* karena ketidakpahaman mereka dalam penggunaan aplikasi pada ponsel dalam melakukan transaksi melalui *E-Banking* PT. Bank Muamalat KCP Stabat sehingga para nasabah masih saja memilih bertransaksi dengan cara mendatangi kantor cabang.

3. Masalah Teknis Penggunaan *E-Banking*

Terkait dengan teknis penggunaan atau pengaktifan untuk penggunaan *E-Banking* sudah sangat mudah, tinggal datang ke kantor Bank terdekat untuk mengaktifkan jenis produk layanan *E-Banking* apa yang ingin digunakan. Namun, seperti jenis produk layanan *E-Banking* seperti *Mobile Banking* yang ketika pengaktifannya menggunakan SIM Card handphone sehingga pengguna atau nasabah tidak bisa sembarangan membuka SIM Card handphone karena biasanya akan ter-reset atau tidak bisa digunakan sehingga nasabah harus datang lagi ke kantor untuk pengaktifan kembali.

Customer service memegang peran yang sangat penting memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal itu tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga *image* Bank agar citra Bank dapat terus meningkat dimata nasabah. Ketika kita berinteraksi dengan orang lain kita harus berbicara dengan pelan,

tidak perlu keras-keras, dan tidak terburu-buru. Maka dalam menawarkan suatu produk kepada nasabah harus jelas dan bisa meyakinkan nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini agar nasabah mengerti dan memahami apa yang menjadi maksud dan tujuan kita berkomunikasi.

Tugas *customer service* adalah melayani keperluan nasabah yang datang ke Bank. Tentunya gaya bahasa yang digunakan *customer service* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena setiap nasabah bermacam-macam pola pikir dan pengetahuannya. *Customer service* sebagai penerima tamu yang datang ke Bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke Bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, dan *customer service* sebagai seseorang yang wajib membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari Bank yang bersangkutan. Tentunya untuk mencapai semua itu maka seorang *customer service* harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.

Dalam penyampaian informasi terkadang juga mengalami kendala, seperti kadang ada nasabah masih awam dengan dunia Perbankan, itu menjadi salah satu tugas penting yang dilakukan oleh seorang *customer service* dengan pelan, sabar, telaten dan teliti kepada nasabah agar transaksi yang dilakukan secara cepat dan tepat serta semua kegiatan menjadi mudah dan lancar. Peran *customer service* pada PT. Bank Muamalat KCP Stabat dimana *customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi Bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk Bank yang tersedia. Setiap karyawan *customer service* harus melayani nasabah dengan sikap yang ramah, agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktivitas yang berhubungan dengan Perbankan, seperti pembukaan rekening baru,

konsultasi mengenai produk, keluhan yang dirasakan nasabah dan lain-lain. Serta mengawali komunikasi yang hangat dengan nasabah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis menyimpulkan bahwa :

1. Aplikasi penggunaan teknologi *E-Banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat kepada nasabah berupa ATM, Sala Muamalat, *Internet Banking* Muamalat, *Mobile Banking* Muamalat, *Virtual Account/MPOM* Muamalat, *Cash Management System* Muamalat, dan Gerai Muamalat (*Payment Point Online Bank/PPOB*).
2. Hambatan penggunaan teknologi *E-Banking* pada PT. Bank Muamalat KCP Stabat yaitu jaringan yang tidak mendukung, kurangnya kemampuan nasabah tentang penggunaan teknologi, dan masalah teknis penggunaan *E-Banking*.
3. Terjadi peningkatan pelayanan yang dirasakan nasabah dengan fasilitas *E-Banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat KCP Stabat. Dengan adanya fasilitas *E-Banking* meningkatkan pelayanan yang dirasakan nasabah saat bertransaksi mulai dari peningkatan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kepercayaan.

E. Daftar Pustaka

- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group.
- Lupiyoadi, Rambat., dan Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, S. (2012). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. (2011). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Rianto, Adi. Dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Rivai, Veithzal., dan Ismail, Rifki. (2013). *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, Comy R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif- Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Supriyono, Maryanto. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.