

**PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN *MOBILE BANKING* PADA
BANK SYARIAH MANDIRI DAN BRI SYARIAH**

***COMPARISON OF THE QUALITY OF MOBILE BANKING SERVICE
BETWEEN SHARIA MANDIRI BANK AND SHARIA BRI***

Alwan Firmansyah

Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Jalan Kaliurang Km. 14,5, Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55584
alwanaldo@gmail.com

ABSTRAK

Dunia perbankan syariah di tanah air dewasa ini terus berusaha memberikan kualitas pelayanan *mobile banking* yang terbaik. Bank berlomba-lomba menarik perhatian nasabahnya dengan iming-iming kemudahan, keamanan dan kenyamanan bertransaksi melalui fitur-fitur *mobile banking*, yang hampir menyerupai fitur-fitur di mesin ATM. Dengan pertumbuhan dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat diharapkan perbankan syariah selalu bisa beradaptasi dan memanfaatkan situasi tersebut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan *online*-nya dalam hal ini pada layanan *mobile banking*. Merujuk pada pertumbuhan dan perkembangan teknologi informasi saat ini mempertanyakan bagaimana kualitas pelayanan *mobile banking* perbankan syariah di Indonesia. Adapun perbankan syariah yang akan diteliti kualitas pelayanan *mobile banking*-nya yaitu pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang ditinjau dari perspektif masing-masing nasabah. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang kemudian membandingkan kualitas pelayanan *mobile banking* antara kedua bank tersebut.

Penelitian kuantitatif digunakan sebagai metode utama penelitian dengan mengambil sampel sebanyak 70 responden yang merupakan 35 nasabah Bank Syariah Mandiri dan 35 nasabah BRI Syariah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Adapun indikator kualitas pelayanan *mobile banking* pada angket/kuesioner yang disebar dalam penelitian ini yaitu *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t sampel bebas (*independent sample t-test*).

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri lebih besar dari nilai rata-rata kualitas

pelayanan *mobile banking* pada BRI Syariah. Artinya kualitas pelayanan *mobile banking* yang di rasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri lebih tinggi/baik jika dibandingkan dengan BRI Syariah. Untuk hasil pengolahan pada uji t sampel bebas, penelitian tidak menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan BRI Syariah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Teknologi Informasi; *Mobile Banking*; Perbankan Syariah

ABSTRACT

The world of sharia banking in Indonesia today has attempted to give the best quality in mobile banking service. A number of banks compete to attract their customers by providing the facilities and comfort in doing transactions through mobile banking features that resemble to the features in ATM (Automated Teller Machine).

With the rapid growth and the development of the information and technology, it is expected that the sharia banking can always adapt and use such situation to keep on improving their online service quality, in this case in the mobile banking service. Referring to the growth and the development of information technology, it is questioned on how the quality of the mobile banking quality of sharia banking in Indonesia is. The sharia banks that would be studied for the quality of the mobile banking service were Sharia Mandiri Bank and Sharia BRI in the perspective of their own customers. Thus, the aim of this research was to observe the quality of the mobile banking service in Sharia Mandiri Bank and Sharia BRI that later would be continued by comparing the quality of the mobile banking service in both two banks.

The quantitative research was used as the main research method by taking the sample as many as 70 respondents (35 respondents as the customers of Sharia Mandiri Bank and other 35 as the customers of Sharia BRI using the mobile banking service). A number of indicators of the quality of mobile banking service in the questionnaires distributed in thus research included speed, security, accuracy and trust. The test on the hypothesis used the independent sample t-test.

Based upon the result of the data analysis, it has been found that the average value of quality of mobile banking service in Sharia Mandiri Bank was higher than that of Sharia BRI. It means that the mobile banking service felt by the customers in Sharia Mandiri Bank was higher or better compared to Sharia BRI. For the results of the processing in the independent sample t test, the research did not find any significant difference in terms of the quality of mobile banking service between Sharia Mandiri Bank and Sharia BRI.

Keywords: Service Quality; Information Technology; Mobile Banking; Sharia Banking

PENDAHULUAN

Dewasa ini, bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu *mobile banking (m-banking)*. Layanan *m-banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone atau *Personal Data Assistant (PDA)* (Wardhana, 2015).

Jalinan hubungan baik dengan nasabah, diawali dengan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara mempelajari perilaku nasabah tersebut dalam melakukan transaksi perbankan. Keberhasilan dalam memahami nasabah menjadi kunci sukses dalam mendapatkan nasabah baru maupun untuk mempertahankan kesetiaan nasabah. Dalam dunia perbankan saat ini, *m-banking* merupakan salah satu *delivery channel* untuk melakukan transaksi perbankan, seperti: transfer uang, mengetahui saldo, membayar tagihan, hingga membeli pulsa (*top up voucher*). Dengan adanya sarana bertransaksi tersebut, memungkinkan nasabah dilayani 24 jam tanpa henti. Akses dapat dilakukan dari berbagai lokasi, selama lokasi tersebut masuk dalam jangkauan layanan GSM/CDMA. *M-Banking* sebagai CRM (*Customer Relationship Management*) *channel* dapat menjembatani komunikasi antara nasabah dan bank; memberikan kemudahan untuk berinteraksi langsung melalui media yang mudah digunakan (*user friendly*), mudah didapat, secara harga relatif terjangkau, dan paling banyak digunakan/diminati oleh para nasabah. Fenomena ini mendorong Bank untuk mengimplementasikan *mobile banking* sebagai salah satu fitur *e-channel* yang diandalkan, dengan slogan “Layanan perbankan dalam genggam” (Budiardjo & Aprillovi, 2009).

Kualitas layanan adalah kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009).

Penelitian ini menitikberatkan pada pengukuran kualitas pelayanan m-banking ditinjau dari perpektif nasabah pada Bank Syariah Mandiri dan Bank BRI Syariah sebagai penyedia layanan *m-banking* dalam bertransaksi, yang mana sejauh ini masih belum ada penelitian pendahuluan yang mengukur kualitas pelayanan *mobile banking* pada bank syariah.

Mengacu pada penelitian pendahuluan sebagaimana diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa elemen kualitas layanan *mobile banking* yang digunakan, yaitu *speed, security, accuracy* dan *trust*. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock (2004) dalam Wardhana (2015). Penelitian ini berbeda dengan penelitian pendahuluan yang kebanyakan menggunakan elemen kualitas pelayanan umum/*offline service* seperti *reliability, assurance, empathy, tangible, responsiveness* dan *efficiency*.

Adapun alasan tertarik memilih penelitian pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah dikarenakan kedua bank syariah tersebut merupakan bank syariah yang perkembangannya sangat baik di dalam dunia perbankan syariah. Terbukti dengan beberapa penghargaan/prestasi yang didapat sepanjang tahun 2017 ini. Prestasi yang didapat oleh BSM dari data yang disampaikan oleh Bank Syariah Mandiri (2017) beberapa diantaranya, *Indonesia Best Banking Brand Award* pada tanggal 29 November 2017 (*Good Financial Performance category Islamic Bank dan Top 5 Best Consumer Choice Islamic Bank & Top 3 Trusted Management Bank*), *Islamic Retail Banking Award 2017* pada tanggal 14 November 2017 (*Strongest Islamic Bank in Indonesia 2017 dan Strongest Islamic Retail Bank in Asia-Pasific 2017*), *Indonesia Banking Award* pada tanggal 14 November 2017 (*The Best Bank in Digital Services*) dll. Sedangkan prestasi yang didapat oleh BRIS dari data yang disampaikan oleh BRI Syariah (2017) beberapa diantaranya, *Indonesia Banking Award 2017* pada tanggal 14 November 2017 (peringkat ke-1 kategori *The Most Efficient Bank & The Most Reliabel Bank*), *Digital Brand Award 2017* pada tanggal 30 Maret 2017 (Kategori Bank Umum Syariah).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang kemudian membandingkan kualitas pelayanan mobile banking antara kedua bank tersebut. Lebih lanjut topik yang dibahas dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini berfokus pada perbandingan kualitas pelayanan *mobile banking* dengan melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang pengukurannya diukur dari perspektif nasabah.

KERANGKA TEORI

1. Telaah Pustaka

Sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, dihasilkanlah segmentasi yang mungkin dilakukan terhadap para pengguna *e-banking*, yaitu para pengguna yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan *e-banking* (segmen 1) serta pengguna dengan ekspektasi ditingkat menengah (segmen 2). Pengguna *e-banking* di segmen 1 diperkirakan menggunakan 4 dimensi dalam menilai kualitas layanan yaitu: *fulfillment*, *efficiency*, *assurance* dan *web design*, sedangkan pengguna *e-banking* pada segmen lainnya menggunakan 5 dimensi dalam menilai kualitas layanan yaitu *fulfillment*, *assurance*, *efficiency*, *information teknologi*, dan *responsiveness* (Tan, Sukapto & Sitompul, 2014).

Ditinjau dari keempat unsur kualitas layanan *m-banking* yaitu: *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust*; maka disimpulkan bahwa institusi perbankan di Indonesia sudah memiliki fasilitas layanan *m-banking* yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna layanan *m-banking*, telah memenuhi aspek akurasi yang harus diberikan kepada nasabahnya, dan telah memberikan kepercayaan bagi nasabah pengguna layanan *m-banking* yang memang dibutuhkan oleh nasabahnya (Wardhana, 2015).

Riset tentang kualitas jasa cenderung berkembang dan berbagai pendekatan metodologi yang dipakai juga mengalami transformasi yang lebih mengarah pada spesifikasi kasus untuk bidang jasa tertentu. Terkait ini, maka untuk kasus adopsi *e-*

banking (electronic banking) ternyata juga mengalami transformasi pendekatan metodologi yaitu dari *SERVQUAL*, *BSQ* dan juga *E-S-QUAL* dan bukan tidak mungkin akan terus berkembang nantinya (Saputro, 2010).

Instrumen penelitian yaitu kuesioner untuk mengukur kualitas layanan website *E-Banking* telah berhasil disusun. Kuesioner tersebut akan disebarakan pada responden yang memenuhi kriteria dan akan diuji validitas dan reliabilitasnya, sehingga dapat dipastikan bahwa dimensi yang dipilih dan dimensi baru yang diajukan dapat digunakan sebagai variabel pengukuran (Medyawati, Farida, & Hegarini, 2012).

Hasil *running model* diperoleh bahwa peningkatan kualitas layanan sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Berdasarkan simulasi awal didapat bahwa kualitas layanan akan semakin menurun dikarena *efficiency* akan menurun karena semakin banyaknya jumlah transaksi *internet banking* (Monalisa & Suryani, 2013).

Berdasarkan hasil telaah pustaka, peneliti-peneliti tersebut membahas topik yang sejenis yaitu mengenai kualitas pelayanan elektronik banking pada umumnya dan *internet* atau *mobile banking* pada khususnya. Lebih lanjut topik yang dibahas dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini berfokus pada perbandingan kualitas pelayanan *mobile banking* dengan melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang pengukurannya diukur dari perspektif nasabah.

2. Landasan Teori

a. Bank Syariah

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang

memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Booklet Perbankan Indonesia, 2011).

b. *Electronic Banking (E-Banking)*

Pengertian e-Banking seperti yang didefinisikan oleh Federal Financial Information Examination Council (FFIEC, 2003 dalam Medyawati, Farida & Hegarini, 2012) yaitu pengiriman produk dan jasa perbankan, baik produk atau jasa tradisional maupun yang modern secara otomatis dan langsung ke nasabah melalui saluran komunikasi elektronik dan interaktif. Definisi lain menurut Office of the Comptroller fo the Currency (OCC, 1999 dalam Medyawati, 2012) yaitu sebagai sistem yang memungkinkan nasabah bank mengakses rekening dan informasi umum mengenai produk dan jasa bank melalui personal computer (PC) atau peralatan pintar lainnya.

E-Banking sistem pada dasarnya merupakan front-end application yang langsung berhadapan dengan pengguna akhir (end user) yang bertindak sebagai nasabah e-banking sistem dari sebuah bank. Aplikasi e-Banking sistem itu sendiri tetap harus terintegrasi dengan core banking system yang ada di bagian back-end. Beberapa penelitian secara umum membahas mengenai dimensi kunci dari service quality dan kebutuhan nasabah pada ruang lingkup perbankan tradisional yaitu adanya interaksi antara nasabah dan petugas bank (Cowling dan Newman, 1995, Bahia dan Nantel, 2000 dalam Medyawati, Farida & Hegarini, 2012).

Istilah website service quality atau online service quality sering digunakan oleh beberapa peneliti, namun masing-masing menyajikan pemahaman yang berbeda. Hal ini menimbulkan kesulitan tersendiri dalam upaya pendefinisian formal untuk istilah tersebut (Ziethaml et al., 2002 dalam Medyawati, Farida & Hegarini, 2012).

c. *Mobile Banking (M-Banking)*

Menurut Nurastuti (2011) dalam Wardhana (2015), istilah m-banking dianggap berkaitan erat dengan pengertian fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handpone, dengan penyediaan fasilitas yang

hamper sama dengan ATM, kecuali mengambil uang cash. Mallat et al. (2004) dalam Wardhana (2015) menyatakan bahwa layanan mobile banking dapat menoperasikan layanan bank melalui *mobile device*.

Mobile banking memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer dana ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre ke kantor cabang perbankan atau mesin ATM untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan mobile banking 'segalanya' bisa dilakukan dan dengan sangat mudah.

d. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et al. (1990), “Quality Creates True Customers” merupakan suatu prinsip yang sangat penting dalam kelangsungan sebuah industri. Pertama kali mutu diteliti dan diterapkan pada produk berwujud (*tangible*). Saat ini banyak orang menyadari bahwa bukan hanya produk berwujud yang dihasilkan dari suatu industri, tetapi juga produk tidak berwujud (*intangible*) yang disebut jasa. Jasa harus mendapat perhatian sama pentingnya dengan produk berwujud karena dalam industri yang sepenuhnya menawarkan jasa (pendidikan, perbankan, dll.), mutu menjadi kunci keberhasilan industri tersebut. Hal-hal yang membedakan jasa dari produk berwujud, antara lain sifat jasa yang *intangible*, *heterogeneous*, dan *inseperable* (Zeithaml et al., 1990). Karakteristik inilah yang menyebabkan banyak kesulitan dalam penanganan kualitas jasa (Tan, Sukpto & Sitompul, 2014).

Dimensi SERVQUAL menjadi rujukan riset terkait kualitas jasa karena proses awal pembentukan dimensi SERVQUAL terkait pada empat sektor jasa yaitu retail banking, kartu kredit, lembaga sekuritas dan jasa perbaikan, meskipun juga dikritik (Aldlaigan dan Buttle, 2002; Bahia dan Nantel, 2000) dan secara umum terdiri 5 dimensi yaitu *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* dan *responsiveness* (Saputro, 2010).

Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan pengukuran baru *perceived service quality* untuk perbankan yang dikenal “Bank Service Quality” atau BSQ. BSQ

pengembangan 10 dimensi model Parasuraman et al. (1985) yang kemudian ditambah item *courtesy* dan *access* seperti saran dari Carman (1990) dan menambahkan sejumlah item yang pada dasarnya representatif dari marketing mix 7P: *product/service*, *place*, *process*, *participants*, *physical surroundings*, *price* dan *promotion* dari model yang dikembangkan Boon dan Bitner (1981). BSQ terdiri 6 dimensi yaitu: *effectiveness* dan *assurance*, *access*, *price*, *tangibles*, *service portfolio*, dan *reliability* (Saputro, 2010).

Riset lebih lanjut kualitas jasa dilakukan Zeithaml et al. (2000) dengan mengadopsi fenomena internet sebagai salah satu saluran distribusi dan memadukan riset kualitas jasa terdahulu. Riset ini lalu dikembangkan Zeithaml et al (2002) dan Parasuraman et al., (2005) dan kemudian terbentuk *electronic service quality* atau E-S-QUAL untuk pengukuran e-service quality yang terdiri 7 dimensi: *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* (Saputro, 2010).

Hughes (2003) dan Jayawardhena (2004) meyakini bahwa riset kualitas jasa e-banking merupakan salah satu fokus perhatian bagi banyak peneliti dan manajer di era e-service dan fenomena teknologi berbasis layanan mandiri. Dari telaah literatur, disimpulkan bahwa riset kualitas jasa perbankan bisa dilakukan dengan 3 pendekatan yaitu: SERVQUAL yang mengacu sektor jasa umum dengan 5 dimensi versi Berry dan Parasuraman (1991) yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan juga *empathy*. BSQ versi Bahia dan Nantel (2000) yang terdiri 6 dimensi: *effectiveness* dan *assurance*, *access*, *price*, *tangibles*, *service portfolio*, dan *reliability*. E-S-QUAL versi Zeithmal et al (2002) dan Parasuraman et al. (2005) terdiri atas 7 dimensi yaitu: *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* (Saputro, 2010).

Dari transformasi dimensi atas kualitas pelayanan yang telah diuraikan diatas, ada dimensi/elemen yang mengukur langsung kualitas layanan pada mobile banking yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock (2004) dalam

Wardhana (2015) mengungkapkan bahwa kualitas layanan mobile banking (m-banking) menjadi 4 bagian yaitu, *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust*.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock (2004) yaitu *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* untuk mengetahui kualitas pelayanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Elemen kualitas layanan ‘*speed*’ dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat. Elemen kualitas layanan ‘*security*’ dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah. Elemen kualitas layanan ‘*accuracy*’ dapat memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah secara akurat. Elemen kualitas layanan ‘*trust*’ dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kredibilitas layanan m-banking yang diberikan oleh pihak bank.

HIPOTESIS

Berkenaan dengan masalah yang diteliti, hipotesis dari penelitian ini adalah:

- H₀ : Tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan *mobile banking* antara Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah.
- H₁ : Terdapat perbedaan kualitas pelayanan *mobile banking* antara Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah.

Dasar pengambilan keputusan pada pengujian hipotesis yaitu jika nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*) yang juga disebut dengan penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan dilapangan. Objek penelitian ini yaitu dengan menitikberatkan

pada kualitas pelayanan *m-banking* yang ditinjau dari perspektif nasabah Bank Syariah Mandiri dan BRI syariah. Adapun subjek dari penelitian ini adalah nasabah dari Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang menggunakan layanan *mobile banking*.

Dalam melakukan penelitian ini penyusun menggunakan data primer dan sekunder untuk mendukung penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan agar penelitian ini menjadi relevan dengan apa yang menjadi pokok penelitian. Data primer dalam penelitian ini yaitu berupa data tanggapan langsung dari nasabah yang menggunakan layanan *m-banking* melalui pengisian kuesioner/angket yang diberikan kepada responden mengenai kualitas dari layanan *m-banking* pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Dalam penelitian ini, penyusun mengajukan kuesioner kepada 35 nasabah Bank Syariah Mandiri dan 35 nasabah BRI Syariah. Kemudian yang termasuk data sekunder adalah buku-buku yang digunakan sebagai dasar teori serta membantu untuk menganalisis permasalahan, skripsi, disertasi, jurnal dan sumber yang diakses melalui internet yang terbukti kevalidannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Sampel yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Adapun pertimbangan untuk responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah yang menggunakan layanan *mobile banking*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner secara personal (*Personally Administered Questionnaires*). Data di kumpulkan dengan cara menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang di gunakan untuk mendapatkan data tentang kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 10 (*countinuous rating scale*). Kuisisioner yang diajukan kepada responden adalah untuk memberikan jawaban atau respon dengan cara memilih salah satu jawaban yang telah disediakan untuk dipilih.

Penelitian ini akan menggunakan instrumen kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock (2004) yaitu *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* untuk mengetahui kualitas pelayanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t sampel bebas (*t-test independent sample*), yang bertujuan untuk melihat atau mengetahui apakah terdapat atau tidak terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah.

PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan hasil dan pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan. Hasil analisis deskriptif variabel dan pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan BSM

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase %
Tinggi	4	11,4
Sedang	28	80
Rendah	3	8,6
Total	35	100%

Sumber: Data SPSS yang telah diolah

Tabel 2
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan BRIS

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase %
Tinggi	3	8,6
Sedang	29	82,9
Rendah	3	8,6
Total	35	100%

Sumber: Data SPSS yang telah diolah

Tabel 3
Uji t Sampel Bebas

Variabel	Bank	Mean	Uji F	Uji t (sig. 2-tailed)
Kualitas Pelayanan	Bank Syariah Mandiri	113,63	0,350	0,053
	BRI Syariah	109,06		

Sumber: Data SPSS yang telah diolah

Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif variabel, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang mendominasi atau yang paling tinggi perolehannya yaitu dalam kategori sedang. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t sampel bebas berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel uji t sampel bebas, terlihat bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan *mobile banking* pada Bank Mandiri Syariah lebih besar dari nilai rata-rata kualitas pelayanan *mobile banking* pada BRI Syariah. Berikut tabel perbandingan kualitas pelayanan *mobile banking* antara Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah:

Tabel 4
Perbandingan Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* BSM dan BRIS

Keterangan	Bank Syariah Mandiri	BRI Syariah
Analisis deskriptif variabel	Kategori sedang	Kategori sedang
Nilai rata-rata	Lebih besar dari BRI Syariah	Lebih kecil dari Bank Syariah Mandiri

Sumber: hasil perbandingan oleh penyusun

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah sudah **baik**, karena didominasi oleh kategori sedang. Dilihat dari nilai rata-ratanya, kualitas pelayanan *mobile banking* yang di rasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri lebih tinggi/baik jika dibandingkan dengan BRI Syariah. Secara keseluruhan dilihat dari perspektif nasabah terhadap kualitas pelayanan *mobile banking* pada kedua bank tersebut memberikan penilaian yang positif yang

artinya kualitas pelayanan *mobile banking* terus mengalami perkembangan yang baik mengikuti tren teknologi saat ini.

Untuk hasil pengolahan pada tabel uji t sampel bebas, nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha (0,05) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti penelitian tidak menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan BRI Syariah. Hasil tersebut sesuai dengan kecanggihan teknologi pada kedua bank tersebut yang dirasa terus mengalami perkembangan yang cukup bagus/baik sehingga perbedaan kualitas pelayanan *mobile banking* pada bank tersebut tidak terlalu signifikan (nyata).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri dan BRI Syariah didominasi oleh kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* pada kedua bank tersebut sudah baik.
2. Kualitas pelayanan *mobile banking* jika dilihat dari nilai rata-ratanya, kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Mandiri Syariah adalah sebesar 113,63, sedangkan nilai rata-rata kualitas pelayanan *mobile banking* pada BRI Syariah adalah sebesar 109,06. Artinya kualitas pelayanan *mobile banking* yang dirasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri lebih tinggi/baik jika dibandingkan dengan BRI Syariah. Dari hasil pengolahan data uji t sampel bebas (*independent sample t-test*) menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,053 untuk 2-tailed. Karena nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti secara statistik tidak terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dengan BRI Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Exploring The Use of Mobile Banking : A Technology Acceptance Model Approach Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 86–96.
- Bank Indonesia (2011, Maret). *Booklet Perbankan Indonesia 2011*. November 29, 2017. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankan-dan-stabilitas/booklet-bi/Documents/8022c8fe0dc64ceea4a6543067b380f7BookletPerbankanInd2011ok.pdf>
- Budiardjo, E. K., & Aprillovi, D. (2009, Mei). *Mobile Banking: A Customer Relationship Management (CRM) Channel*. Artikel dipresentasikan pada kegiatan Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009), UPN Veteran Yogyakarta.
- Chandra, Y. U. (2015). Kualitas Pelayanan Internet Banking PT Bank XYZ Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Metode E- Service Quality (E- Servqual) The Internet Banking Service Quality At PT Bank XYZ Towards Loyalty Using E-Service Quality Method. *Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer*, 337–351.
- Dewi, Gemala. (2006). *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan dan Pengasuransian Syari'ah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, Jakarta.
- Detikinet (2010, Mei). *BSM Mobiel Banking, Lebih Mobile, Lebih Nyaman*. 29 Maret 2018. <https://inet.detik.com/advertorial-news-block/d-1351196/bsm-mobile-banking-lebih-mobile-lebih-nyaman>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Harish, Irfan N. (2017). *Pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah*. (Skripsi S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Hermana, B. (2010). Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 47–57.

Karomilah, Mila. (2015). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*. (Skripsi S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan* (Edisi Revisi 9). Jakarta: Rajawali Pers.

Kontan.co.id (2018, Maret). *Mengintip Strategi Digital Banking Bank Syariah Mandiri*. 29 Maret 2018. <https://keuangan.kontan.co.id/news/mengintip-strategi-digital-banking-bank-syariah-mandiri>

Kotler, P & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Bob Sabran, Penerjemah.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kountur, Ronny. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis-Ed.2*. Hal 182. Jakarta: Penerbit PPM.

Lintasarta. (2016, Juli). Era Transformasi Digital. *Media Service Bisnis Indonesia (Contents)*. 1-31.

MARS^R Research Specialist (2010). *Alasan Utama Nasabah Menggunakan Mobile Banking*. 29 November 2017. <http://marsnewsletter.wordpress.com>.

Medyawati, H., Farida, & Hegarini, E. (2012). *Model Pengukuran Kualitas Layanan Website E-Banking Di Indonesia*. Artikel dipresentasikan pada kegiatan Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2012 (SNATI 2012), Yogyakarta.

Monalisa, S. & Suryani, E. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank dengan Menggunakan Sistem Dinamik*. Artikel dipresentasikan pada kegiatan Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVII, Surabaya.

- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, Anton Priyo. (2015). *Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri terhadap Prilaku Menabung di Perbankan Syariah*. Program Pascasarjana Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan (2016, Desember). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. 29 November 2017. [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/Panduan_Penyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%20\(FIX\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/Panduan_Penyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%20(FIX).pdf)
- Peraturan Bank Indonesia. (2007). No. 9/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank.
- PT. Bank BRI Syariah, Tbk. (2017). *BRI Syariah*. 29 Februari 2018. <https://www.brisyariah.co.id/>
- PT. Bank Syariah Mandiri (2017). *Bank Mandiri Syariah*. 29 Februari 2018. <https://www.syariahmandiri.co.id/>
- Republika.co.id (Maret, 2018). *BRI Syariah Perkuat Digital Banking Bernama BRIS Online*. 29 Maret 2018. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/18/03/31/p6eyiy374-bri-syariah-perkuat-digital-banking-bernama-bris-online>
- Rindawati, Ema. (2007). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Saleh, Akh. Muwafik. (2010). *Public Service Communication: Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-kisah*. Malang: UMM Press.
- Saputro, E. P. (2010). *Kualitas Layanan E-Banking Di Era E-Service : Transformasi*

Pendekatan Riset Empiris servqual, BSQ & E-S-QUAL. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 28–37.

Sekaran, Uma. and Bougie, Roger. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Southern Gate: John Willey and Sons.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.

Tan, A., Sukpto, P., & Sitompul, C. (2014). Pengembangan dimensi kualitas layanan e-banking dan hubungannya dengan kepuasan serta loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16–27.

Turban, Efraim *et al.* (2004). *Electronic Commerce 2004: A Managerial Perspective*. Singapore: Prentice Hall.

Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 273-284.