

Persepsi nasabah terhadap penerapan sistem layanan produk dan jasa e-banking PT Bank Mandiri (Persero) Tbk di wilayah DKI Jakarta = The customer's perception towards the application of e-banking service system to product and service by PT Bank Mandiri (Persero) Tbk in DKI Jakarta

Mieke Suharini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96090&lokasi=lokal>

Abstrak

Penerapan layanan perbankan elektronik (e-banking) yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah dewasa ini. Penerapan sistem layanan e-banking memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Persaingan yang ketat di bisnis perbankan, mengakibatkan masing-masing bank berupaya memberikan layanan jasa yang optimal kepada para nasabahnya. Salah satu upaya adalah dengan meningkatkan layanan e-banking, karena saat ini yang dituntut adalah adu cepat untuk merespons langkah yang dilakukan oleh para pesaing. Apalagi bagi industri perbankan yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para konsumen.

Tidaklah mengherankan pada akhir tahun 2005, Bank Mandiri kemudian meluncurkan layanan e-banking 24 jam yang meliputi ATM Mandiri, SMS Banking, Internet Banking dan Call Mandiri. Tentu saja layanan 24 jam ini didukung oleh sistem teknologi informasi yang canggih, terutama dalam hal keamanan bertransaksi bagi nasabah. Di satu sisi terjadi peningkatan kualitas dan keterjangkauan yang lebih luas bagi nasabah untuk memperoleh pelayanan perbankan. Sementara di sisi lain pihak bank harus mampu meraih kepercayaan (trust) dari nasabah terhadap keamanan sistem e-banking dari bank yang bersangkutan.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi nasabah terhadap penerapan sistem layanan e-banking yang diterapkan oleh Bank Mandiri terhitung mulai akhir tahun 2005. Sebagai landasan teori digunakan teori tentang persepsi dari David Aaker dan John G. Myer, serta teori persepsi dari Nugroho Setiadi. Selain itu juga digunakan teori tentang manajemen jasa dari Christopher Lovelock dan Lauren K. Wright, serta teori dari Valerie Zeithaml. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Mandiri yang berdomisili di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden di Jakarta. Selain itu untuk mendukung analisis data primer, digunakan juga data sekunder atau studi kepustakaan dari berbagai referensi ilmiah yang relevan dengan topik penelitian ini.

Dalam pengolahan data dipergunakan software statistik SPSS 14.00, untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi nasabah terhadap penerapan sistem layanan e-banking Bank Mandiri di wilayah Jakarta. Secara umum mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap berbagai indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Meskipun demikian untuk beberapa indikator seperti daya tanggap, promosi, varian produk, penerimaan informasi oleh nasabah, masih dinilai biasa oleh para responden. Ini berarti mayoritas nasabah di Jakarta, menilai bahwa kualitas layanan dan produk dari sistem e-banking Bank

Mandiri sudah baik, meskipun ada kekurangan di beberapa aspek. Adanya perbedaan persepsi tentang kesenjangan kualitas jasa tersebut, disebabkan karena adanya perbedaan penilaian oleh nasabah secara keseluruhan terhadap apa yang diharapkan dibandingkan dengan apa yang diterima.

Lately, the application of an electronic banking service (e-banking) with high quality is one of the key to success for a banking company to gather funds from their customers. The application of e-banking service system provides many benefits for the company such as, budget and time efficiency, ability to create differentiation and capable to bid market segments with low cost. The intense competition in banking business forces each bank to strive optimal services for their customers. One way is to increase the e-banking service and products, because the demand nowadays is to compete the quickness in responding the competitors steps. Especially for banking industries that always puts a head high quality services as an attraction for the customers.

It is no wonder that at the end of year 2005. Bank Mandiri launched a 24 hours e-banking services that covers ATM Mandiri, SMS Banking, Internet Banking and Call Mandiri. Of course the 24 hours service is supported by sophisticated information technology system, especially for the transaction security for the customers. On one side, there is an increasing in quality and an extent in the reach, for the customers to get banking service. Then on other side, the bank must be able to achieve the customer's trust in e-banking system security,

This research elaborates about the customer's perception towards the application of e-banking service system that is implicated by Bank Mandiri starting from the end of the year 2005. This research uses perception theory from David A. Aaker and Joh G. Myer, also the perception theory by Nugroho Setiadi as the base theory. Aside from those theories, this research also uses the service management theory from Christopher Lovelock and Lauren K. Wright, also theory from Valerie Zeithaml. The subject of this research is the customer's of Bank Mandiri domicile in Jakarta. This research uses a survey method by handing out questionnaire to 100 respondents in Jakarta. Also to support the primary data analyze, literature studies from many science referential that are relevant with the research's topic are used.

In the data tabulation, A SPSS 14.00 statistic software is used to get a description of customer's perception about e-banking service system by Bank Mandiri in Jakarta. Generally, the majority of the respondents give positive response towards the indicators used in this research. Even so, for some indicators such as responsiveness, promotion, product variety, information intake for the customers are still seen unspecialized by the respondents. This means the majority of bank customers in Jakarta think that the quality of Bank Mandiri's e-banking system and products are good, even though there may be some lackness in some fields. The different perception opinion of the customer as a whole towards their wants compared with what they get.