

**KEPUASAN NASABAH PADA *E-BANKING* BANK CIMB NIAGA**

**SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Diploma 3  
Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh :

**RIZKA NANDA LESTARI**

**2016110010**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2019**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rizka Nanda Lestari  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 14 Juni 1998  
N.I.M : 2016110010  
Program Studi : Perbankan dan Keuangan  
Program Pendidikan : Diploma 3  
Judul : Kepuasan Nasabah Pada E-Banking Bank Cimb Niaga  
Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 3 Maret 2019

  
**(Rohmad Fuad Armansyah, SE.M.Si)**

Ketua Program Studi Diploma 3,

Tanggal : 3 Maret 2019

  
**(Dr. Kautsar R. Salman, SE. MSA. Ak. BKP.SAS.CA.AWP.)**

# **CUSTOMER SATISFACTION IN E-BANKING CIMB NIAGABANK SURABAYA**

**Rizka Nanda Lestari**

**2016110010**

**e-mail : [anandarizka520@gmail.com](mailto:anandarizka520@gmail.com)**

## **ABSTRACT**

*Internet banking is a form of internet media utilization by banks to promote and simultaneously conduct transactions online, both from conventional and new products. The development of information technology, telecommunications has led to the emergence of e-banking based business applications. Like e-banking products issued by CIMB Niaga bank, namely CIMB Clicks and Go Mobile. This research aims to know customer satisfaction in using CIMB Clicks and Go Mobile E-banking from CIMB Niaga Surabaya. Data collection technique used in this research is questionnaire. Respondents were customers of CIMB Niaga who used CIMB Clicks / Go Mobile from CIMB Niaga and placed in Surabaya and Sidoarjo. A sample of 100 respondents was determined by random sampling technique. The results of this research indicate that all respondents stated that they were very satisfied in all aspects. Respondents considered that CIMB Clicks / Go Mobile is very easy to use, very fast to use to transact anytime and anywhere, very satisfied in terms of safe transactions and system services, the account security features of CIMB Clicks / Go Mobile are also very satisfying.*

**Keyword :** *E-Banking, Satisfaction, Security, Speed, Account Security Features*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan dana, meminjamkan dana, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai banknote. Kata bank berasal dari Bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut undang-undang perbankan bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Industri ini menjadi lebih kompetitif karena deregulasi peraturan. Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan dana yang harus mereka keluarkan untuk simpanan.

Menurut UURI No.10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan terdapat tiga kegiatan, yaitu menghimpun, menyalurkan, dan memberikan dana dan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dan merupakan kegiatan utama bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya adalah kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa

mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk

simpanan giro, tabungan, dan deposito. Tidak jarang diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan yang lain diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Dizaman yang serba canggih ini semua kegiatan lebih mudah. Contohnya kegiatan yang ada di perbankan yang memakai perkembangan teknologi yang sudah mulai banyak bermunculan, yang mempermudah menghubungkan antara nasabah dengan bank itu sendiri. Perbankan saat ini sangat dibutuhkan sekali oleh kalangan masyarakat untuk melakukan transaksi-transaksi dengan mudah didalam negeri dan antar negara sekali pun.

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi tersebut menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis *e-banking*. *E-banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *E-banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Mukherjee & Nath 2003).

Sebagai upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, PT. Bank CIMB Niaga Tbk mempunyai *CIMB Clicks* dan *Go Mobile* yang penggunaannya sangatlah mudah dan praktis. Hanya dengan jaringan

internet, nomor ponsel dan kartu ATM, nasabah sudah dapat mengatur seluruh aktivitas perbankan dalam satu klik. Bagi yang non nasabah, pun dapat menggunakan *CIMB Clicks* dan *Go Mobile* untuk membuka rekening baru atau menggunakannya untuk mengatur fasilitas kartu kredit dari CIMB Niaga. *CIMB Clicks/Go Mobile* menawarkan beberapa fasilitas yang memudahkan transaksi perbankan menjadi mudah dan praktis.

Adapun Keuntungan *Electronic Banking* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Hanya menggunakan perintah melalui komputer atau alat komunikasi yang digunakan, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank atau ke ATM (kecuali untuk ambil uang tunai).

*Electronic banking* bagi nasabah, menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *e-banking* bagi bank adalah *e-banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM.

Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan dengan menggunakan *e-banking* tentunya akan menimbulkan kepuasan bagi nasabah. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan. Menurut (Tjiptono, 2001) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.

Untuk mengukur kepuasan Nasabah pengguna *CIMB Clicks/Go Mobile* pada Bank CIMB Niaga maka diterbitkan penelitian dengan judul “**Kepuasan Nasabah *E-Banking* Bank CIMB Niaga**”

## **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :Bagaimana Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan *E-Banking* Bank CIMB Niaga Surabaya?

## **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulis melakukan penelitian ini antara lain : Untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan eBanking Bank CIMB Niaga Surabaya.

## **Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

- 1) Dapat menambah wawasan penulis mengenai kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet atau *electronic banking*, dan keuntungan menggunakan *electronic banking* pada Bank CIMB Niaga Surabaya.
- 2) Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dan dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan informasi dalam pengambilan keputusan perusahaan.
- 3) Sebagai tambahan pengetahuan dan juga pengalaman tentang bagaimana kepuasan nasabah dalam fasilitas E-Banking yang ditawarkan oleh Bank CIMB Niaga Surabaya.
- 4) Menambah referensi bacaan bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya mengenaiKepuasan nasabah terhadap fasilitas *E – Banking* yang ditawarkan Pada Bank CIMB NiagaSurabaya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Perbankan Secara Umum**

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1992, bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selain itu menurut (Kasmir, 2014) pada bukunya Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Bank pada umumnya adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya berupa kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat/nasabah dan menyalurkan kembali dana tersebut dalam bentuk kredit kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lain. Dengan kata lain, Bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pinjaman/kredit atau memiliki fungsi intermediasi (*Financial Intermediary*), serta memberikan jasa-jasa untuk memperlancar lalu lintas pembayaran.

Kegiatan usaha bank umum telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 6/POJK.03/2016 Tentang Kegiatan Usaha dan Jaringan Kantor Berdasarkan Modal Inti. Dalam peraturan tersebut dijelaskan pada pasal 2 bahwa Bank hanya dapat melakukan kegiatan usaha dan memiliki jaringan kantor sesuai dengan modal ini yang dimiliki, yang dimana modal inti tersebut dikelompokkan menjadi 4 (empat) buku.

### **Pengertian *Electronic Banking***

E-Banking adalah sarana strategi baru pada sektor perbankan global untuk menarik nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah dibidang pelayanan jasa keuangan. (Himani Sharma, 2011). E-Banking mempermudah perbankan dalam memberikan pelayanan prima tanpa batas waktu dan tanpa terkendala ruang. EBanking

diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi.

E-banking adalah salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu perbankan, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sector perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Dari pengertian ini, dapat didefinisikan secara sederhana bahwa *internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru.

Secara konseptual, lembaga keuangan bank dalam menawarkan layanan internet banking dilakukan melalui dua jalan, yaitu pertama, melalui bank konvensional dengan representasi kantor secara fisik menetapkan suatu *website* dan menawarkan layanan *internet banking* pada nasabahnya dan hal ini merupakan penyerahan secara tradisional. Kedua, suatu bank mungkin mendirikan suatu "virtual" "cabang," atau "internet" bank. Didirikan suatu *Virtual* bank dapat menawarkan kepada nasabahnya kemampuan untuk penyimpanan, deposito dan tagihan dana pada ATM atau bentuk lainnya yang dimiliki.

Kehadiran layanan internet banking melalui *home banking* dan *wireless banking*, ternyata telah mengubah pola interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabahnya. Dengan disediakannya fasilitas layanan *internet banking*, nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat. Nasabah juga dapat mengakses layanan *internet banking* melalui *personal computer*, ponsel atau media *wireless* lainnya.

## **Jenis-Jenis *Electronic Banking***

Berikut adalah macam-macam produk E-Banking yang sudah diterapkan di Bank yang ada di Indonesia :

### **1. *Internet Banking***

*Internet Banking* merupakan layanan terbaru *E-Banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (a.l. kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (a.l. voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap tertampang di layar komputer/PC.

### **2. *Sms Banking***

SMS banking merupakan sebuah layanan yang pada dasarnya evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (a.l. kartu kredit, listrik, dan telepon), dan pembelian voucher.

### **3. *Phone Banking***

*Phone Banking* merupakan sebuah layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam/HP, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada.

#### 4. ATM (*Automated Teller Machine*)

*Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri merupakan saluran *e-banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai.

Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan yang terkini transfer ke bank lain (dalam satu *switching* jaringan ATM).

#### Faktor Penggunaan *Electronic Banking*

Faktor-faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan *internet banking* yaitu:

##### 1. Kenyamanan (*Convenience*)

Kenyamanan berarti nasabah merasa bahwa *internet banking* itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat. *Internet banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.

##### 2. Kemampuan Mengakses (*Accessilability*)

Kemampuan mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan.

##### 3. Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*)

Faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur yang berbeda pada *website*. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan

oleh nasabah dengan menggunakan *internet banking*.

##### 4. Privasi (*Privacy*)

Kerahasiaan (*privacy*) berarti segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang mengetahuinya.

##### 5. Kecepatan (*Speed*)

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan *internet banking* untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna *internet banking*.

##### 6. Tarif dan Biaya (*Fees and Charge*)

*Internet banking* memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. *Internet banking* memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya *service* yang lebih rendah, dan penghematan waktu.

##### 7. Manajemen dan Citra Bank (*Bank Management and Image*)

Reputasi atau lebih dikenal dengan *brand reputation* sering didefinisikan sebagai persepsi kualitas yang digabungkan dengan nama. Pada bisnis-bisnis industri dan jasa, nama (merk) lebih sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan daripada dengan produk atau jasa itu sendiri. Karena itulah salah satu pertimbangan nasabah dalam menabung dan menggunakan jasa bank adalah reputasi perusahaan tersebut di mata nasabah, karena kepercayaan merupakan salah satu faktor utama bagi nasabah untuk mempercayakan uangnya di tabung atau di investasikan pada bank tersebut.

##### 8. Desain (*Design*)

Desain didefinisikan sebagai tampilan dari *internet banking* semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu *websitebank*, semakin besar

pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan transaksi online.

### **9. Konten (*Content*)**

Konten merupakan kemampuan internet banking untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan.

### **Jenis-Jenis Transaksi Yang Menggunakan *Electronic Banking***

Transaksi yang dapat dilakukan melalui *internet banking* atau *e-banking* diantaranya adalah :

#### **1. Pengecekan Saldo**

Pengecekan saldo adalah salah satu cara yang dapat dilakukan menggunakan *electronic banking* yaitu nasabah dapat mengetahui atau mengecek sisa saldo yang terdapat dalam saldo tabungan atau giro dari rekening yang sudah terdaftar.

#### **2. Tranfer Uang**

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer.

#### **3. Pembayaran Tagihan**

Tagihan adalah sejumlah kewajiban yang harus dibayarkan oleh pelanggan atas seluruh penggunaan atau pemakaian jasa dan fasilitas tertentu (biasanya dalam kurun waktu 1 bulan) termasuk juga jumlah denda, bunga, biaya administrasi serta biaya lain (apabila ada).

#### **4. Informasi Rekening**

Pengecekan saldo adalah salah satu cara yang dapat dilakukan menggunakan *electronic banking* yaitu kita dapat mengetahui atau mengecek sisa saldo yang terdapat dalam saldo tabungan atau giro dari rekening yang sudah terdaftar.

### **5. Pemindahbukuan**

Pemindahbukuan yaitu aktivitas yang dilakukan oleh bank atas perintah nasabah untuk memindahkan dana dari satu rekening ke rekening lain dalam bank yang sama.

### **Manfaat *Electronic Banking***

Pemakaian atau fungsi *E-Banking* hampir sama dengan mesin ATM yang mana sarananya saja yang sedikit berbeda, seorang nasabah bisa melakukan kegiatan pengecekan saldo rekening, transfer dana antara rekening atau antar bank, sehingga untuk membayar tagihan-tagihan teratur bulanan seperti listrik, telepon, kartu kredit, televisi berbayar dan lain sebagainya.

Pemanfaatan *E-Banking* memiliki keuntungan yang banyak yang akan didapatkan oleh nasabah terutama jika melihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang bisa dihemat karena *E-Banking* jelas bebas antrian dan bisa dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah mempunyai sarana pendukung untuk melaksanakan layanan *E-Banking* tersebut.

### **Risiko Penggunaan *Electronic Banking***

*Electronic Banking* memiliki kekhususan tersendiri sehingga ada beberapa risiko yang sifatnya sangat spesifik untuk *Electronic banking*, diantaranya adalah:

#### **1. *Technology Risk***

Risiko teknologi yang berhubungan dengan kehandalan dan sistem keamanan. Kecanggihan *software* dan *hardware* sangat menentukan besar kecilnya risiko teknologi yang dihadapi oleh bank penyelenggara jasa *internet banking*.

#### **2. *Reputational Risk***

*Reputational risk* berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri. Nama baik bank penyelenggara *internet banking* menjadi jaminan utama dalam pelayanan jasa *internet banking*. Kegagalan atau tidak



berfungsinya sistem, teknologi maupun aplikasi yang dipakai dalam *internet banking* dapat membuat nasabah menjadi reluctant atau enggan untuk melakukan transaksi perbankan melalui internet.

### **3. Outsourcing Risk**

Dalam prakteknya hampir semua bank yang menyelenggarakan pelayanan transaksi melalui internet menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *internet service provider* (ISP) ataupun sebagai data operator dalam pengoperasian dan pemeliharaan data. Di satu sisi bank dapat menghemat biaya yang cukup signifikan dengan melakukan *outsourcing* tetapi di sisi lain ada risiko yang mungkin timbul dengan adanya *outsourcing* tersebut antara lain ditutupnya ISP tersebut secara tiba-tiba karena kesulitan keuangan, kurang terjaminnya kerahasiaan data karena ISP tersebut mudah dibobol oleh *hacker*, kurangnya kapabilitas ISP, dll.

### **4. Legal Risk**

Masalah hukum dalam *internet banking* dalam beberapa hal masih banyak yang belum jelas dan belum diatur secara eksplisit. Hal ini dapat menimbulkan potensi masalah yang besar di bidang hukum perdata atau pidana apabila di kemudian hari terjadi sengketa atau perselisihan yang menyangkut transaksi-transaksi perbankan yang dilakukan melalui internet.

### **5. Transaction Risk**

Risiko transaksi merupakan risiko saat ini dan di masa mendatang sebagai akibat dari kecurangan, kesalahan, dan ketidakmampuan menyalurkan produk dan jasa, memelihara posisi yang kompetitif, dan mengelola informasi. Risiko transaksi terdapat pada setiap pemrosesan transaksi, pengembangan sistem, sistem perhitungan, kompleksitas, produk dan jasa, serta internal control. Risiko transaksi yang tinggi dapat terkandung pada produk internet banking, khususnya jika tidak direncanakan,

diimplementasikan, dan dipantau dengan tepat.

### **Hambatan *Electronic Banking***

Hambatan dari *E-Banking* adalah sebagai berikut:

1. Transaksi dengan *E-Banking* tidak hanya membuat mudah tetapi memunculkan sebuah resiko dan juga terdapat berbagai ancaman pada aliran data *reliable* dan ancaman kerusakan/kegagalan pada sistem *E-Banking* kemudian semakin kompleksnya teknologi yang merupakan dasar *E-Banking*.
2. Kerusakan/Kerugian/kehilangan yang diterima oleh Bank/Nasabah disebabkan juga oleh petugas internal atau manajemen bank.
3. *E-Banking* menjadi salah satu target dari para *cybercrime* yang mempunyai kendala dalam hal pembuktian secara teknis ataupun non-teknis.
4. Para pelaku usaha “perbankan” dan masyarakat umumnya masih kurang peduli terhadap proses penanganan kasus-kasus tindak pidana *E-Banking*

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif. Artinya, data akan berisi penjelasan atau deskripsi mengenai fasilitas yang digunakan oleh perusahaan dan menguraikan hasil bahasan mengenai bagaimana penulis melakukan kajian mengenai evaluasi dari kepuasan nasabah menggunakan fasilitas yang digunakan perusahaan tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai

*setting sosial* atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengukur kepuasan nasabah pada pelayanan *E-Banking* PT. Bank CIMB Niaga Surabaya. Untuk mendapatkan data mengenai kepuasan nasabah, penulis akan membagikan kuesioner kepada nasabah *E-Banking* CIMB Niaga Surabaya sehingga akan mendapatkan responden dalam melakukan penelitian ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai apakah nasabah *E-Banking* CIMB Niaga Surabaya sudah puas atas fasilitas *E-Banking* yang ditawarkan oleh Bank CIMB Niaga Surabaya, dan fasilitas apa yang paling banyak diminati oleh nasabah *E-Banking* CIMB Niaga Surabaya.

### **Batasan Masalah**

Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka penelitian perlu dibatasi. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian iniantara lain :

1. Nasabah pengguna *CIMB Clicks* CIMB Niaga di Surabaya dan Sidoarjo
2. Mengukur kepuasan nasabah pengguna *CIMB Clicks/Go Mobile* CIMB Niaga

### **Data dan Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh berupa data tentang layanan *e-Banking* yang digunakan oleh nasabah PT. Bank CIMB Niaga Tbk Surabaya. Subjek dalam penelitian ini adalah Bank CIMB Niaga Surabaya yang menyediakan layanan *E-Banking CIMB Clicks*, sedangkan yang menjadi objek dalam

penelitian ini adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *E-Banking CIMB Clicks* Bank CIMB Niaga Surabaya

Dalam penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan 112 total responden yang dimana responden berdomisili di Surabaya dan Sidoarjo sebanyak 106. Terdapat responden diluar kriteria sebanyak 6 responden. Responden diluar kriteria yaitu nasabah CIMB Niaga yang tidak menggunakan *CIMB Clicks* sebanyak 6 responden, sehingga responden lengkap yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa data jumlah skor jawaban kuisisioner mengenai kepuasan pengguna *e-Banking*. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian (Moleong,2010:157). Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Penulis menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung tentang kepuasan nasabah menggunakan layanan *e-banking* CIMB Niaga Surabaya. Dalam penelitian ini subjek penelitian dipilih berdasarkan teknik *proporsional random sampling* dengan memasukkan ciri-ciri tertentu terhadap responden menurut kehendak penulis. Tujuan penggunaan teknik ini untuk memperoleh informasi yang jelas tentang bagaimana kepuasan nasabah menggunakan layanan *e-banking* CIMB Niaga Surabaya. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil kuisisioner tentang kepuasan nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah sebagai berikut : Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010, hal. 186). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu dipertanyakan secara berurutan (Moleong, 2010, hal. 187). Wawancara semi terstruktur dilakukan kepada PT. Bank CIMB Niaga Surabaya untuk memperoleh data berupa pendapat mengenai layanan *e-Banking* CIMB Niaga.

Data Sekunder Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah (Moleong, 2010, hal. 159). Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari *website* resmi Bank CIMB Niaga, hasil-hasil studi, tesis, hasil survey, studi histories, dan sebagainya. Penulis menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung.

### **Teknik Analisis Data**

Manurut (Moleong, 2010, hal. 280), teknik analisis data adalah proses kategori urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar, ia membedakannya dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Analisis data dimulai

dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, hasil pengumpulan data responden, dan sebagainya. Setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah, langkah berikutnya ialah pengolahan hasil pengumpulan data responden. Data responden diseleksi menurut kriteria yang sudah ditetapkan, yaitu responden yang berdomisili di Surabaya dan Sidoarjo, dan responden yang menggunakan *e-banking* CIMB Clicks/Go Mobile. Setelah mendapatkan kriteria dan dijelaskan secara deskriptif dengan menyertakan gambar diagram, langkah selanjutnya adalah perhitungan hasil penilaian responden agar di akhir penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atau tidak puas terhadap penggunaan *e-banking* CIMB Clicks/Go Mobile.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Subyek Penelitian**

PT Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. Saat ini CIMB Niaga merupakan bank terbesar keempat di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya dibidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen.

Saat ini mayoritas saham Bank CIMB Niaga dimiliki oleh CIMB Group. Bank CIMB Niaga merupakan bank pembayar (*payment bank*) KSEI terbesar dari nilai transaksi, dan dengan pangsa pasar 11 persen, saat ini CIMB Niaga adalah bank penyedia kredit pemilikan rumah terbesar ketiga di Indonesia.

## Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang telah disebarakan pada nasabah CIMB Niaga Surabaya dan sekitarnya, baik yang menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile, Rekening Ponsel, dan yang tidak menggunakan *internet banking*. Terdapat 112 total keseluruhan responden, tetapi hanya 100 responden yang memenuhi kriteria menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile dan berdomisili di Surabaya dan Sidoarjo.

## Analisis Deskriptif Responden

Berikut ini adalah analisis responden hasil kusioner yang di bagi kedalam beberapa kriteria, diantaranya adalah :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Pengumpulan Data Responden**

Keterangan Data	Responden
Data Seluruhnya	112
Responden Tidak Menggunakan e-Banking berdomisili diluar Surabaya dan Sidoarjo	6
Responden Menggunakan Rekening Ponsel	6
Data Responden Lengkap Digunakan	100

Sumber : Hasil Kuesioner

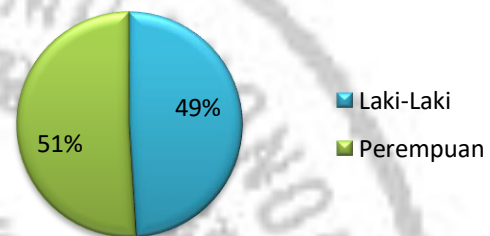
Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa terdapat total seluruh responden adalah 112 responden. Responden yang tidak menggunakan fasilitas *e-banking* CIMB Niaga dan berdomisili diluar Surabaya dan sekitarnya terdapat 6 responden. Sedangkan reponden yang menggunakan Rekening Ponsel Bank CIMB merupakan responden diluar kriteria dari penelitian, yaitu sebanyak 6 responden. Total responden yang berdata lengkap dan dapat digunakan adalah

sebanyak 100 responden. Data 100 responden inilah yang di analisis pada penelitian ini

Berikut ini adalah deskriptif dari masing-masing kriteria yang ditentukan dalam kuesioner.

### 1. Jenis Kelamin

#### Jenis Kelamin

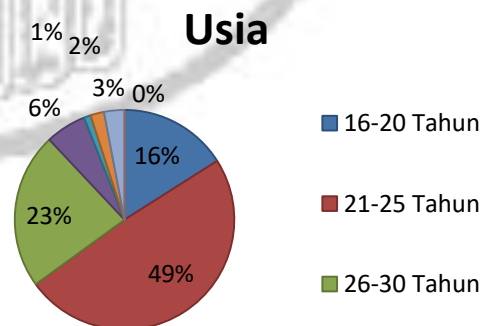


Sumber : Hasil Kuesioner

**Gambar 4.2**  
**Jenis Kelamin**

Berdasarkan gambar diatas terdapat 51 persen responden adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki bernilai 49 yaitu sebanyak 49 responden. Total seluruh responden untuk kriteria jenis kelamin adalah 100 responden.

### 2. Usia

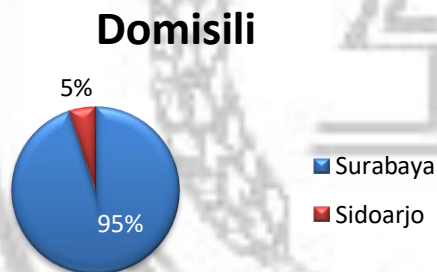


Sumber : Hasil Kuesioner

**Gambar 4.3**  
**Usia**

Berdasarkan gambar 4.2 dalam kriteria Usia dapat diketahui rentang usia responden adalah sekitar usia 16-50 Tahun. Dari total 100 responden, yang berusia 16-20 tahun bernilai 16 persen yang berjumlah 16 orang. Usia 21-25 Tahun bernilai 49 persen yang berjumlah 49 orang, ini menjadi rentang usia paling dominan dalam penelitian ini. Responden yang berusia 26-30 Tahun bernilai 23 persen yaitu berjumlah 23 orang. Responden yang berusia 31-35 Tahun bernilai 6 persen berjumlah 6 orang. Pada responden yang berusia 36-40 Tahun berjumlah 1 orang dan bernilai 1 persen. Pada usia 41-45 Tahun terdapat 2 orang atau 2 persen dan pada usia 45-50 Tahun terdapat 3 Orang 3 persen. Tidak ada responden yang berusia lebih dari 50 tahun. Rata-rata usia responden adalah berusia 21-25 Tahun.

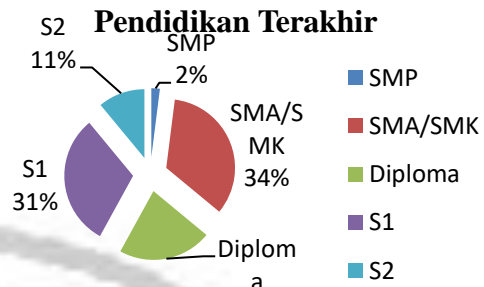
### 3. Domisili



Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.4**  
**Domisili**

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan responden yang berdomisili di Surabaya dan sekitarnya. Pada kriteria domisili ini terdapat 100 responden yang diantaranya 95 persen berdomisili di Surabaya dengan total responden 95 orang, berdomisili Sidoarjo terdapat 5 persen berjumlah 5 orang responden.

### 4. Pendidikan Terakhir



Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.5**  
**Pendidikan Terakhir**

Pada kriteria pendidikan terakhir peneliti menggunakan 100 responden yang pendidikan terakhirnya terdiri dari SD sampai dengan S2. Tidak ada responden yang pendidikan terakhirnya Sekolah dasar. Terdapat 2 responden berpendidikan terakhir di Sekolah Menengah Pertama (SMP) yakni bernilai 2 persen. Responden yang berpendidikan terakhir di SMA/SMK terdapat 34 persen berjumlah 34 orang responden, tingkat pendidikan ini adalah pendidikan terakhir yang terbanyak dari tingkat pendidikan terakhir lainnya. Pada tingkat pendidikan terakhir Diploma terdapat 22 persen responden yang berjumlah 22 orang responden. Terdapat 31 persen atau 31 Orang responden yang berpendidikan terakhir Strata 1, dan sebanyak 11 persen responden berjumlah 11 orang adalah responden yang berpendidikan terakhir Strata 2.

### 5. Responden Pengguna E-Banking

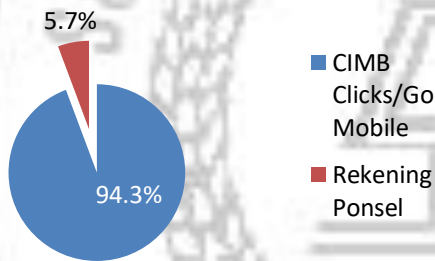
#### Menggunakan E-Banking



Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.6**  
**Menggunakan E-Banking**

Gambar diatas menunjukkan hasil Nasabah CIMB Niaga yang menggunakan *internet banking* dan yang tidak menggunakan *internet banking*. Dari 112 responden terdapat 94,6% atau sekitar 106 Orang Nasabah CIMB Niaga yang menggunakan *internet banking*. Dan terdapat 5,4% atau sekitar 6 Orang yang tidak menggunakan *internet banking*. Dalam penelitian ini nasabah. Dalam penelitian ini nasabah yang tidak menggunakan *internet banking* akan diseleksi dan tidak akan diambil pendapatnya lebih lanjut. Bagi nasabah yang menggunakan *internet banking* akan melanjutkan ke tahap penelitian selanjutnya.

**6. Jenis E-Banking yang Digunakan**  
**Aplikasi E-Banking yang Digunakan**

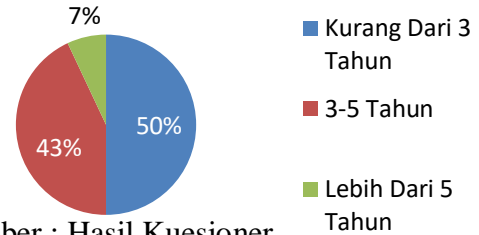


Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.7**

**Aplikasi E-Banking yang Digunakan**

Pada kriteria ini 106 nasabah yang menggunakan *internet banking* akan diseleksi kembali dengan mengelompokkan jenis *E-Banking* yang digunakannya. Diantaranya ada 94,3% atau berjumlah 100 nasabah yang memenuhi kriteria menggunakan jenis E-Banking CIMB Clicks/Go Mobile. Untuk selebihnya 5,7% atau 6 orang responden yang memilih rekening ponsel akan berhenti pada tahap ini. Penelitian dalam kriteria selanjutnya akan menggunakan 100 orang responden yang menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile saja.

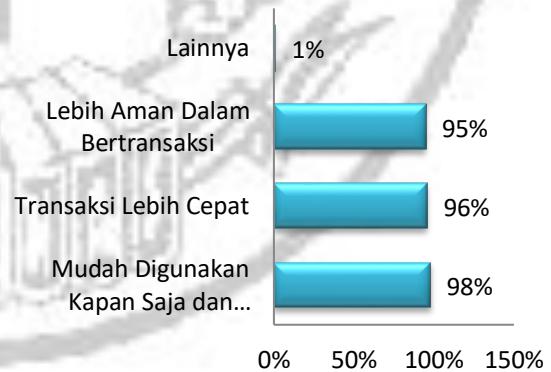
**7. Lama Menggunakan**  
**Lama Menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile**



Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.8**  
**Lama Menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile**

Pada kriteria ini hanya terdapat 100 orang responden, dimana 50 persen atau 50 orang responden diantaranya telah menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile kurang dari 3 Tahun. Selanjutnya terdapat 43 persen atau 43 orang responden menggunakan CIMB Clicks selama 3-5 Tahun, dan 7 persen atau 7 orang responden menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile lebih dari 5 Tahun.

**8. Alasan Menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile**



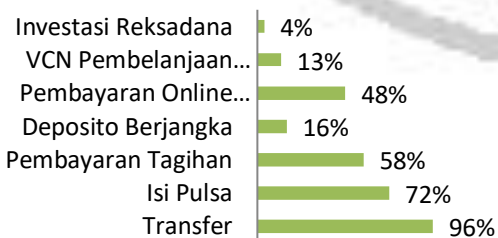
Sumber : Hasil Kuesioner  
**Gambar 4.9**  
**Alasan Penggunaan CIMB Clicks/Go Mobile**

Ada beberapa alasan responden menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile. Peneliti memasukkan beberapa alasan untuk

dipilih responden, kemudian responden akan memilih beberapa alasan penggunaan yang sesuai dengan pribadi responden sendiri. Dari beberapa alasan yang peneliti berikan hampir seluruh responden menyetujuinya. Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa ada 1 alasannya lainnya dari 1 responden, yaitu penggunaan CIMB Clicks/Go Mobile karena tuntutan. Responden tersebut tidak menjelaskan secara spesifik tuntutan yang dimaksud. Sedangkan 98 persen atau 98 Orang responden yang lain memilih alasan Mudah digunakan kapan saja dan dimana saja, hal ini berarti responden dapat menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile kapan pun dan dimana pun saat responden membutuhkannya. Terdapat 96 persen atau 96 orang responden memilih transaksi lebih cepat, hal ini berarti responden menyadari bahwa transaksi menggunakan aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile menjadi lebih cepat karena nasabah tidak perlu mencari ATM/Bank untuk melakukan transaksi. Sedangkan untuk alasan lebih aman dalam bertransaksi 95 persen atau 95 orang menyetujuinya, tanpa harus membawa banyak uang tunai dan khawatir dalam bertransaksi diluar rumah, responden hanya perlu menggunakan aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile dalam melakukan transaksinya.

#### 9. Penggunaan Transaksi CIMB Clicks/Go Mobile

##### Penggunaan Transaksi CIMB Clicks/Go Mobile



Sumber : Hasil Kuesioner

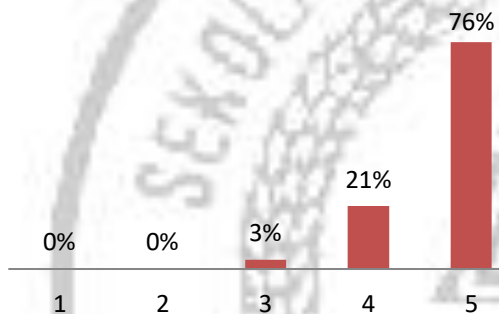
**Gambar 4.10**  
Penggunaan Transaksi CIMB Clicks/Go Mobile

Tahapan selanjutnya adalah responden memilih kebutuhan penggunaan aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile yang dimilikinya. Dari 100 orang responden, responden dapat memilih lebih dari 1 penggunaan apa saja yang sering digunakan sesuai dengan kebutuhan responden itu sendiri. Dari gambar diatas dapat terlihat bahwa penggunaan paling banyak adalah untuk transfer, sekitar 96 persen atau 96 Orang dari 100 orang responden menggunakan aplikasi tersebut untuk transfer baik ke bank yang sama maupun ke bank yang lain. Penggunaan untuk isi pulsa adalah sebesar 72 persen atau 72 orang responden, baik untuk mengisi pulsa pribadi dan untuk berbisnis pulsa. Terdapat 58 persen atau 58 orang responden memilih untuk penggunaan pembayaran tagihan, baik tagihan listik, air, dan *sebagainya*. Dan 16 persen diantaranya responden menggunakan aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile untuk penggunaan pembukaan penempatan deposito berjangka. Untuk penempatan Deposito Berjangka melalui CIMB Clicks akan mendapatkan bunga yang lebih besar dari penempatan deposito berjangka melalui bank, yaitu jika melakukan penempatan melalui CIMB Clicks bunga yang diterima nasabah adalah 6,5 persen sedangkan jika dilakukan melalui bank nasabah akan mendapatkan bunga sebesar 4,5 persen. Dari 100 orang responden, terdapat 48 persen atau 48 orang yang memanfaatkan CIMB Clicks/Go Mobile untuk pembelian *online shop* dan 13 persen atau 13 orang menggunakan pembelian online melalui *website* dengan VCN (*Virtual Card Number*). Ada juga 4 persen orang responden atau 4 orang diantaranya memanfaatkan CIMB Clicks/Go Mobile untuk menjadi investor reksadana CIMB Niaga.

## Analisis Hasil Kuesioner

Dalam analisis hasil kuesioner ini akan dijelaskan mengenai poin-poin yang termasuk dalam penilaian kepuasan nasabah E-Banking CIMB Clicks/Go Mobile dari CIMB Niaga di daerah Surabaya dan sekitarnya. Penilaian terdiri dari angka 1-5, dimana responden akan memilih salah satu angka pada setiap pernyataan yang diajukan. Penilaian 5 untuk sangat puas dan 1 untuk tidak puas. Adapun penilaian kepuasan terdiri dari :

### 1. Tingkat Kepuasan Terhadap Kemudahan Dalam Bertransaksi



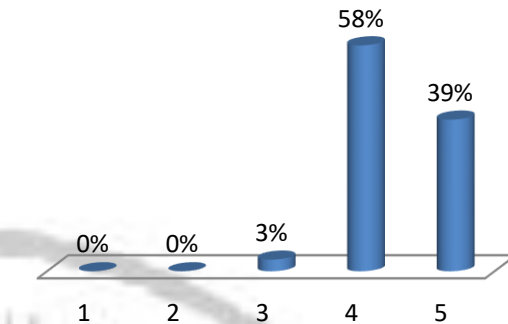
Sumber : Hasil Kuesioner

**Gambar 4.11**

### Tingkat Kepuasan Terhadap Kemudahan Dalam Bertransaksi

Pada penilaian yang pertama adalah tentang kepuasan terhadap kemudahan dalam bertransaksi. Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa nilai yang paling dominan adalah angka 5 yang bernilai 76 persen atau 76 orang responden dari 100 orang responden menilai bahwa responden sangat puas dalam kemudahan bertransaksi melalui CIMB Clicks/Go Mobile. Sedangkan yang bernilai puas atau angka 4 dipilih oleh 21 persen atau 21 orang responden. Dan terdapat 3 persen atau 3 orang responden memilih cukup puas dalam kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan 0 persen atau tidak ada orang yang memilih tidak puas terhadap kemudahan dalam bertransaksi.

### 2. Tingkat Kepuasan Terhadap Kecepatan Dalam Bertransaksi



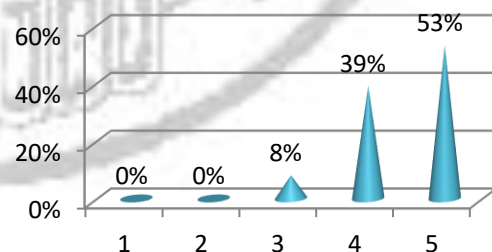
Sumber : Hasil Kuesioner

**Gambar 4.12**

### Tingkat Kepuasan Terhadap Kecepatan Dalam Bertransaksi

Penilaian selanjutnya adalah tentang kepuasan nasabah mengenai kecepatan bertransaksi melalui CIMB Clicks/Go Mobile. Dari gambar diatas 0 persen atau tidak ada orang yang tidak puas terhadap kecepatan pemakaian CIMB Clicks/Go Mobile. Ada 3 persen atau 3 orang memilih cukup puas, sedangkan 58 persen atau 58 orang diantaranya memilih puas. Dan 39 persen atau 39 orang memilih sangat puas terhadap kecepatan dalam bertransaksi menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile CIMB Niaga.

### 3. Tingkat Kepuasan Dalam Bertransaksi Kapan Saja dan Dimana Saja



Sumber : Hasil Kuesioner

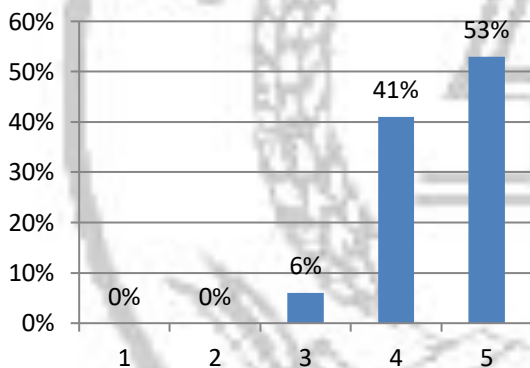
**Gambar 4.13**

### Tingkat Kepuasan Dalam Bertransaksi Kapan Saja Dan Dimana Saja



Salah satu keuntungan menggunakan E-Banking adalah dapat dengan mudah melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Hal ini juga menjadi penilaian bagi peneliti. Setelah mengetahui penilaian melalui kuesioner, hasil yang didapat bisa dilihat melalui gambar diagram diatas. Ada 53 persen atau 53 orang responden sangat puas dalam pelayanan kapan saja dan dimana saja menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile dari CIMB Niaga. 39 persen atau 39 orang responden lainnya memilih puas, dan 8 persen atau 8 orang responden memilih cukup puas. Tidak ada responden memilih tidak puas dan sangat tidak puas. Hal ini berarti CIMB Clicks/Go mobile sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja saat dibutuhkan.

**4. Tingkat Kepuasan Terhadap Keamanan Dalam Bertransaksi**



Sumber : Hasil Kuesioner

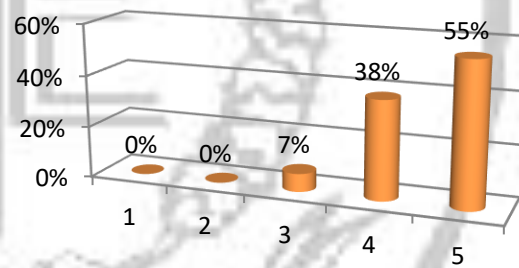
**Gambar 4.14**

**Tingkat Kepuasan Terhadap Keamanan Dalam Bertransaksi**

Melakukan transaksi melalui perbankan sangat sering terjadi pada era sekarang. Tak jarang orang-orang melakukan transaksi dalam jumlah besar, faktor keamanan pun menjadi hal yang harus dipertimbangkan sebelum melakukan transaksi. Hal ini juga termasuk kedalam salah satu penilaian yang dilakukan oleh peneliti, untuk menilai seberapa puas nasabah e-banking pengguna CIMB Clicks/Go Mobile merasa aman dalam

bertransaksi. Adapun hasil kuesioner yang telah peneliti dapatkan adalah seperti gambar diagram diatas. Sebanyak 53 persen atau 53 orang responden menyatakan sangat puas terhadap keamanan dalam bertransaksi melalui CIMB Clicks/Go Mobile, 41 persen atau 41 orang responden menyatakan puas, dan 6 persen atau 6 orang responden menyatakan cukup puas. Tidak ada orang atau 0 persen yang menyatakan tidak puas atau sangat tidak puas dalam keamanan dalam bertransaksi melalui CIMB Clicks/Go Mobile. Hal ini berarti CIMB Clicks/Go Mobile menjadi pilihan yang aman dalam bertransaksi dalam jumlah yang besar, dan nasabah tidak perlu khawatir terhadap kejahatan yang datang saat melakukan transaksi.

**5. Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Sistem CIMB Clicks/Go Mobile**



Sumber : Hasil Kuesioner

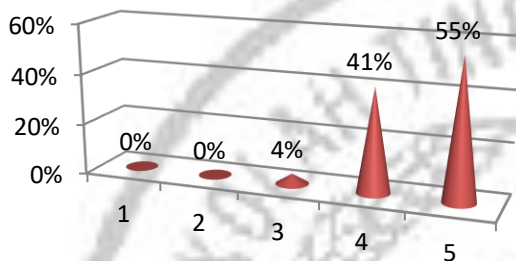
**Gambar 4.15**

**Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Sistem CIMB Clicks/Go Mobile**

Demi kenyamanan nasabah dalam menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan yang baik dari pelayanan sistem yang terdapat didalam aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile itu sendiri, maka dari itu pelayanan sistem CIMB Clicks adalah salah satu faktor penting dalam penelitian ini. Adapun hasil yang didapat dari kuesioner dapat dilihat melalui gambar diagram diatas. Dimana 55 persen atau 55 orang menyatakan sangat

puas terhadap pelayanan sistem CIMB Clicks/Go Mobile, dan 38 persen atau 38 orang responden menyatakan puas, 7 persen atau 7 orang menyatakan cukup puas. Tidak ada responden yang memilih tidak puas dan sangat tidak puas terhadap pelayanan sistem dari CIMB Clicks/Go Mobile.

**6. Tingkat Kepuasan Terhadap Fitur Keamanan Akun CIMB Clicks/Go Mobile**



Sumber : Hasil Kuesioner

**Gambar 4.16**  
**Tingkat Kepuasan Terhadap Fitur Keamanan Akun Dalam Bertransaksi**

Selain keamanan dalam bertransaksi, CIMB Clicks juga mempunyai fitur keamanan dalam aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile. Dari wawancara peneliti dengan petugas bank CIMB, fitur keamanan CIMB Clicks/Go Mobile terdapat 5 lapis, yakni user id yang dimiliki oleh nasabah setelah mendaftarkan diri menjadi nasabah E-Banking, kemudian nasabah diminta untuk memasukkan Captcha atau kode unik yang selalu berubah-ubah. Setelah memasukkan kode Captcha layar monitor akan menunjukkan *Secure Word* sesuai yang sudah di daftarkan, jika *Secure Word* ini tidak sama, maka sangat dimungkinkan jika nasabah tersebut telah memasuki *Web Phishing* atau laman penipuan. Jika nasabah memasuki web tersebut maka sangat dianjurkan untuk menutup laman tersebut dan membuka laman resmi dari Bank CIMB Niaga atau aplikasi yang terdapat di *Playstore*. Selanjutnya nasabah diminta untuk memasukkan *Password* untuk masuk kedalam akun miliknya. Langkah terakhir

setelah masuk adalah nasabah akan mendapatkan *Sms notification* berupa M-Pin untuk memberitahu bahwa telah ada yang masuk kedalam akun tersebut. Jika bukan nasabah yang melakukannya, maka nasabah dapat melakukan pengaduan kepada *Customer Service*.

Untuk mendapatkan penilaian tentang kepuasan terhadap fitur keamanan akun CIMB Clicks/Go Mobile tersebut, maka telah didapatkan hasil kuesioner seperti gambar diagram diatas. 55 persen atau 55 orang menyatakan sangat puas terhadap fitur keamanan akun CIMB Clicks/Go Mobile. 41 persen atau 41 orang menyatakan puas, dan 4 persen atau 4 orang menyatakan cukup puas.

**Pembahasan**

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti mengenai kepuasan nasabah pada CIMB Clicks/Go Mobile dari CIMB Niaga dapat diketahui bahwa dari 112 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini, tidak semua responden memenuhi kriteria. Terdapat 6 responden yang tidak menggunakan e-banking dan berdomisili diluar surabaya dan sekitarnya, dan 6 responden tidak menggunakan CIMB Clicks/Go Mobile. Responden yang memenuhi kriteria dan berdata lengkap berjumlah 100 responden. Untuk mengetahui kepuasan responden,berikut adalah perhitungan penilaian kepuasan dengan menggunakan skala likert yang menggunakan interval lima skala. Penentuan interval yakni menggunakan rumus :

$$IK = \frac{STt - STr}{JK} = \dots\dots\dots$$

Keterangan :

- IK : Interval Kelas
- STt : Skor Tertinggi (5)
- STr : Skor Terendah (1)
- JK : Jumlah Kelas

Adapun tabel interval kelas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Tabel Interval Kelas**

Nilai	Interval
1	$1.00 < X \leq 1.80$
2	$1.80 < X \leq 2.60$
3	$2.60 < X \leq 3.40$
4	$3.40 < X \leq 4.20$
5	$4.20 < X \leq 5.00$

Sumber : Karlina A, Imam G, 2013:31, Diolah

Untuk menentukan nilai rata-rata dari responden terhadap tiap kriteria, maka harus dihitung dengan jumlah tiap kriteria. Selanjutnya keseluruhan jawaban responden diukur dengan menggunakan nilai rata-rata. Sehingga X menunjuk kepada nilai rata-rata tersebut. Berikut adalah hasil penilaian dari masing-masing kriteria penelitian, diantaranya : kepuasan terhadap kemudahan, kecepatan, kapan saja dan dimana saja, keamanan dalam bertransaksi, pelayanan sistem, dan fitur keamanan akun.

**Tabel 4.3**  
**Frekuensi Jawaban Responden**

No	Kriteria	Jawaban					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	Kemudahan	0	0	3	21	76	4,73	Sangat Puas
2	Kecepatan	0	0	3	58	39	4,36	Sangat Puas
3	Kapan Saja dan Dimana Saja	0	0	8	39	53	4,45	Sangat Puas
4	Keamanan Bertransaksi	0	0	6	41	53	4,47	Sangat Puas
5	Pelayanan Sistem	0	0	7	38	55	4,48	Sangat Puas
6	Fitur Keamanan Akun	0	0	4	41	55	4,51	Sangat Puas

Sumber : Lampiran Diolah

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua kriteria mendapatkan penilaian sangat puas dari 100 responden pengguna e-banking CIMB Clicks/Go Mobile dari CIMB Niaga Surabaya dan sekitarnya. Pada kriteria kemudahan dalam penggunaan CIMB

Clicks/Go Mobile mendapatkan rata-rata 4,73, Kecepatan mendapatkan rata-rata 4,36, Dapat digunakan kapan saja dan dimana saja rata-ratanya 4,45, dan keamanan dalam bertransaksi memperoleh rata-rata 4,47, pelayanan sistem CIMB Clicks/Go Mobile mendapatkan rata-rata nilai 4,48, dan nilai untuk fitur keamanan akun adalah 4,51. Hal ini berarti aplikasi CIMB Clicks/Go Mobile sangat mudah dan cepat untuk digunakan kapan saja dan dimana saja, responden juga merasakan aman dalam bertransaksi dengan pelayanan sistem dan fitur keamanan akun yang sangat baik.

## PENUTUP

### Simpulan

Melalui Pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil simpulan bahwa e-banking CIMB Clicks/Go Mobile adalah salah satu layanan yang diberikan oleh bank CIMB Niaga untuk mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. Setiap nasabah yang menyimpan dana di Bank CIMB Niaga serta yang mempunyai kartu yang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan di ATM Bank CIMB Niaga berhak untuk menikmati fasilitas *internet banking* Baik CIMB Clicks maupun Go Mobile.

### Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih fokus terhadap item kepuasan kuesioner, lebih mengeksplorasi keinginan nasabah kepada fitur-fitur pelayanan e-banking dan diharapkan untuk menggunakan subyek penelitian yang lain. Jika menginginkan penelitian pada topik kepuasan nasabah terhadap E-Banking agar supaya melakukan penelitian dengan topik yang sama pada Bank yang lain. Dan jika menginginkan penelitian pada bank CIMB Niaga maka sangat disarankan untuk melakukan topik penelitian yang berbeda

agar dapat menemukan variasi yang baru dalam penelitian. Jika peneliti selanjutnya menginginkan topik yang sama pada bank yang sama maka diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan menemukan sesuatu yang baru.

### Implikasi

Bank CIMB Niaga dapat memberikan pilihan lebih banyak mengenai masalah nasabah yang lupa *password* dan *User ID*. Selain disediakan *Call center*, dapat diberikan bantuan lain seperti pada lupanya *User Id* dan *password* dapat mengirim link konfirmasi melalui nomor telepon terdaftar atau adanya pertanyaan khusus yang disertakan saat pertama kali melakukan aktivasi *Internet banking* yang dapat membantu pemulihan *User Id*. Sedangkan pada lupanya *password* memang harus diblokir atau di-*reset* untuk mencegah tindak kejahatan

### Daftar Rujukan

Bank CIMB Niaga. [www.cimbniaga.co.id](http://www.cimbniaga.co.id). Diakses pada 6 Juli 2019

----- Struktur Organisasi  
<https://www.cnaf.co.id/profile/struktur-organisasi>

----- Profile Bank CIMB Niaga  
(<http://cimb.niaga.com/about-cimb-niaga/filosofi-inti--visi-misi-cimb-niaga.html>)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian Penelitian deskriptif (<https://kbbi.web.id/deskriptif.html>) diakses pada 06 juli 2019

Karlina A., Imam G. 2013. *Teknik Penyusunan Skala Likert*. Semarang: Fatawa Publishing, hal 31.

Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Vol. Edisi Revisi). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Moleong, L. J. (2010). *Meetodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nath, M. &. (2003). *A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal of Bank Marketing Bradford*.

Otoritas Jasa Keuangan. Nomor 6/POJK.03/2016 Tentang Kegiatan Usaha dan Jaringan Kantor Berdasarkan Modal Inti. (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-ojk/pages/pojk-kegiatan-usaha-dan-jaringan-kantor-berdasarkan-modal-inti-bank.aspx> diakses pada tanggal 14 juni 2019)

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Jakarta: Penerbit Erlangga

----- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1992 tentang Perbankan. Jakarta: Penerbit Erlangga

Sharma, Himani, *Bankers' Perspectives on E-Banking and Its Challenges: Evidence from North India* (July 23, 2012). *The IUP Journal of Bank Management*, Vol. X, No. 4, November 2011, pp. 61-70.

Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Jasa* (Vol. Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.