

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

*Webform* BSI merupakan formulir *online* yang dapat cari di *google*. *Webform* BSI mulai diterapkan pada saat dilakukan *merger* Bank Syariah Indonesia atau pada tanggal 2 Februari 2021 dengan memunculkan layanan *digital* untuk memanfaatkan media elektronik pada zaman sekarang.

Terdapat banyak fasilitas-fasilitas yang dapat digunakan dalam bertransaksi melalui *webform* BSI (<http://webform.bankbsi.co.id/>). Terdapat dua fitur layanan dalam *web* BSI, yang pertama membuka rekening, dan yang kedua bertransaksi. Dalam fitur transaksi terdapat banyak macam transaksi seperti setor tunai, tarik tunai, pemindah bukuan, transfer SKN dan transfer *RTGS*.

*Webform* BSI tentunya mempunyai keunggulan, kelemahan dan kendala. Keunggulan *webform* BSI yaitu dapat mempercepat transaksi, dapat diakses siapa saja, kapan saja dan dimana saja serta dapat mengefisiensi waktu. Kelemahan *webform* BSI yaitu tidak semua nasabah bisa menggunakan *webform* BSI tetapi tidak perlu khawatir bagi yang tidak bisa menggunakannya, karena akan dapat dibantu oleh *staff* BSI di kantor cabang terdekat dan disediakan tab untuk mengaksesnya. Kendala yang terdapat ada saat menggunakan *webform* yaitu beberapa nasabah belum memahami dalam mengakses *webform* BSI.

Setelah dilakukannya penelitian dan mendapatkan 35 sampel responden dapat disimpulkan mengenai kepuasan nasabah terhadap penggunaan *webform*

yaitu menurut nasabah Bank Syariah Indonesia pelayanan dengan menggunakan *webform* dapat mempercepat pelayanan, dapat membantu nasabah dalam bertransaksi, serta *webform* tersebut mudah digunakan dan mudah dipahami.

Setelah dilakukan analisis di semua dimensi seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* terdapat dua dimensi yang harus ditingkatkan yaitu dimensi *responsiveness* dan *assurance* agar nasabah merasa “sangat puas”. Pada dimensi *responsiveness* perlu ditingkatkan dalam hal seperti memenuhi transaksi nasabah ataupun ketanggapan dalam *webform*. Pada dimensi *assurance* juga perlu ditingkatkan kerahasiaan dan keamanan data pribadi nasabah.

## **5.2 Saran dan Implikasi Penelitian**

### **5.2.1 Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian mengenai “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan *Webform* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Mojokerto Mojopahit 1” maka peneliti ingin memberikan saran kepada peneliti selanjutnya dan bagi bank, semoga saran yang diberikan dapat bermanfaat dan dapat dijadikan bahan referensi.

#### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi yang akan meneliti dengan topik dan perusahaan yang sama maka dapat menentukan judul yang berbeda atau dapat memperdalam pembahasan *webform* Bank Syariah Indonesia. Kemudian, untuk peneliti yang akan meneliti dengan topik yang sama peneliti selanjutnya dapat

mengkaji kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *webform* di beberapa bank agar dapat diperbandingkan.

## **2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 1**

Diharapkan dapat meningkatkan pelayanan pada *webform* pada dimensi *responsiveness* dan *assurance*. Karena kedua dimensi tersebut sangat penting dalam pelayanan nasabah serta dalam hal menjaga kerahasiaan data nasabah.

### **5.2.2 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa penggunaan *webform* Bank Syariah Indonesia dapat memuaskan pelayanan nasabah karena dapat mengefisiensi waktu dan mudah dalam mengaksesnya. Diharapkan Bank Syariah Indonesia tetap mempertahankan dalam penggunaan *webform* serta dapat meningkatkan dimensi pelayanan *responsiveness* dan *assurance* agar nasabah merasa sangat puas dan nyaman dalam menggunakan *webform*.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, T. &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Andy, T. (2018). *8 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis Anda*. Diakses 14 Juli 2022, <https://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyani, F. (2008). *Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk*. *Eprints Undip*, 1.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Sejarah, Visi, Misi, Profil Perusahaan dan Produk Bank Syariah Indonesia*. Diakses 18 Maret 2022. <https://www.bankbsi.co.id/>
- Darmawi, H. (2011). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Harmonipermata. (2016). *Kelebihan dan Kekurangan Website*. Diakses <https://harmonipermata.com/kelebihan-dan-kekurangan-website/>
- Hasibuan, M. S. (2006). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Laily, I. N. (2022). *Diambil kembali dari Pengertian Website Menurut Para Ahli, Beserta Jenis dan Fungsinya*: <https://katadata.co.id/safrezi/berita/6200a2a9697ec/pengertian-website-menurut-para-ahli-beserta-jenis-dan-fungsinya>
- Mutiasari, A. I. (2020). *Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital*. *Ekonomi Bisnis dan Perusahaan*, 33.
- OJK. (2019). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Diunduh dari [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan/CETAK%20BIRU%20TRANSFORMASI%20DIGITAL%20PERBANKAN%20\(LONG%20VERSION\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan/CETAK%20BIRU%20TRANSFORMASI%20DIGITAL%20PERBANKAN%20(LONG%20VERSION).pdf)
- OJK. (2019). *Industri Jasa Keuangan Syariah*. Diunduh dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/LiterasiPerguruanTinggi/assets/pdf/Buku%20-%20Industri%20Jasa%20Keuangan%20Syariah.pdf>

- Rustam, B. R. (2020). *Marketing Bank Syariah 4.0 Konsep dan Penerapan Digitalisasi Perbankan di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Siamat, D. (2005). *Manajemen Lembaga Keuangan; Kebijakan Moneter dan Perbankan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Lembaga Penerbit.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 4 No 6. Diunduh dari <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/1054/924>
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wijaya, K. (2017). *Peluang & Tantangan Perbankan*. Jakarta: Info Bank Jakarta.