

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Pelayanan Jasa

Pelayanan adalah suatu aktivitas yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan seseorang yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kemudahan untuk pelanggan. Pelayanan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa saja yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Menurut Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang ditawarkan oleh sebuah Lembaga kepada pelanggan biasanya tidak berwujud dan hasilnya dimiliki oleh pelanggan.

Tjiptono (2012) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan harus ada rasa yang menyenangkan dan kemudahan yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah. Bagian pelayanan pada perusahaan langsung berinteraksi dengan pelanggan di suatu tempat yang disediakan atau melalui pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Definisi Jasa biasanya sering dipandang dengan banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai produk. Menurut Kotler, jasa adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain,

pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

1.1.1 Prinsip Pelayanan

Di dalam Keputusan MENPAN nomor 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

1. Kesederhanaan

Kesederhanaan pelayanan adalah tata cara atau prosedur pelayanan umum yang diterapkan secara cepat sehingga mudah dipahami dan dilaksanakan.

2. Kejelasan dan Kepastian

Kejelasan dan kepastian yang dimaksud mengenai:

- a. Prosedur dan tata cara pelayanan secara umum
- b. Persyaratan pelayanan umum, teknis dan administratif
- c. Unit kerja dan pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan
- d. Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun penerima sebagai bukti proses pelayanan

3. Keamanan

Keamanan dalam arti proses serta pelayanan yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan yang didasari kepastian hukum.

4. Akurasi

Produk pelayanan bisa diterima dengan benar, tetap dan sah.

5. Penanggung jawab

Pemimpin penyelenggara pelayanan public bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian masalah dalam pelaksanaan pelayanan.

6. Perlengkapan sarana dan prasarana

7. Kemudahan akses

Tempat dan lokasi pelayanan yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi.

8. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan

Lingkungan pelayanan harus memiliki sikap disiplin, sopan, santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.

9. Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus tertib dan teratur dengan menyediakan ruang tunggu yang bersih, rapi serta dilengkapi dengan pendukung pelayanan yang memadahi.

1.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berkontribusi dengan signifikan dalam strategi suatu organisasi penyedia jasa. Pengukuran kualitas dikelompokkan menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Kualitas internal diartikan sebagai kesesuaian dengan persyaratan, sedangkan kualitas eksternal memahami kualitas berdasarkan penilaian pelanggan dan kepuasan pelanggan. Bisa diartikan bahwa, kualitas bisa diartikan sebagai produk

atau jasa yang bebas dari kekurangan sesuai dengan standar dan mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan (Andi 2012)

Kualitas adalah suatu kondisi bahwa keseluruhan ciri serta sifat yang berhubungan dengan produk dan jasa berpengaruh pada harapan yang dapat memenuhi kebutuhan. Kualitas layanan menjadi sebuah ukuran seberapa baik layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Parasuraman (1985). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan bisa dikatakan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka pelayanan bisa dikatakan ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih buruk daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dikatakan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung kemampuan pelayanan dari perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

1.2 Mobile Banking

Menurut Rian (2018) *Mobile banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses atau kecepatan dalam memperoleh informasi dan transaksi finansial secara *real time*. Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon selular/ *handphone* GSM (*Global for Mobile*

Communication) CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular.

Perbankan memulai evolusi menjadi atau *financial service provider (FSP)*. Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, di masa depan bank akan berfungsi untuk mengelola keuangan nasabahnya (Tirtana dan Sari, 2014). Pembayaran tagihan, hingga merencanakan dana pensiun bisa dilakukan melalui *mobile banking*.

Mobile banking menerapkan teknologi sistem informasi seluruh bank yang berpacu untuk meningkatkan efisiensi kinerja operasional dan pengelolaan manajemennya dengan penerapan teknologi. Penggunaan *Mobile banking* juga sangat efektif di masa pandemi COVID- 19, dimana nasabah sulit untuk pergi ke bank karena ada pembatasan kegiatan sesuai dengan peraturan pemerintah mengenai *social distancing*.

1.2.1 Manfaat Layanan Mobile Banking

Layanan *mobile banking* memberikan manfaat bagi nasabah dalam melakukan aktivitas-aktivitas sesuai kebutuhan nasabah sebagai berikut (OJK, 2020) :

1. Administrasi pembukaan dan penutupan rekening, proses administrasi dapat dilakukan secara *online* oleh nasabah tanpa perlu ke kantor bank.

2. Otorisasi transaksi, menerapkan prinsip *selfservice* sehingga nasabah dapat melakukan secara mandiri tanpa melalui *teller* maupun *customer service bank*.
3. Pengelolaan keuangan, nasabah dapat mengelola keuangan sesuai dengan kebutuhannya.
4. Pelayanan produk keuangan lainnya, melalui layanan *mobile banking* terdapat produk tabungan rencana, deposito, pinjaman, *assurance*, investasi, transaksi *e-commerce*, dan transaksi-transaksi lainnya.

1.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Mobile Banking

Menurut Safira (2021) kelebihan dan kekurangan pada layanan *mobile banking*, sebagai berikut:

Kelebihan layanan *mobile banking*:

1. Seluruh kegiatan operasional bank dapat dilakukan secara *online*, artinya nasabah tidak perlu lagi ke kantor bank untuk melakukan transaksi seperti pengecekan saldo, transfer, pembayaran, dan transaksi-transaksi lainnya;
2. Layanan *mobile banking* menawarkan berbagai kemudahan dalam penggunaannya, mulai dari transaksi maupun otorisasi;

3. Keamanan layanan *mobile banking* terjamin, dikarenakan sudah menggunakan proteksi *firewall* berlapis yang berfungsi untuk mencegah peretasan;
4. Nasabah dapat mengakses layanan selama 24 jam menggunakan jaringan internet;
5. Nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, karena tidak perlu datang ke *banking hall*, adapun pengertian dari *banking hall* adalah suatu tempat yang disediakan oleh bank yang dimana semua pelayanan atau transaksi perbankan dilakukan di *banking hall*, di *banking hall* terdapat *customer service*, *teller*, dan *security* yang bertugas untuk membantu nasabah untuk membantu nasabah secara langsung.

Kekurangan layanan *mobile banking*:

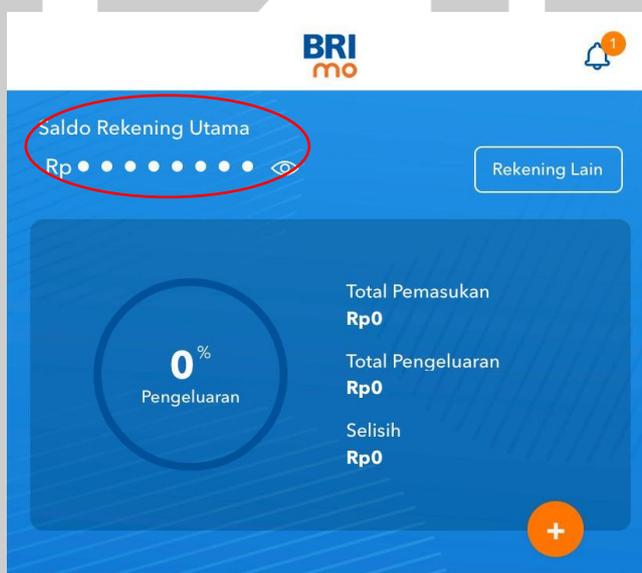
1. Kegiatan transaksi sangat bergantung dengan jaringan internet, apabila jaringan nasabah sedang terganggu maka nasabah tidak dapat melakukan transaksi;
2. Dengan kemudahan transaksi yang ditawarkan membuat nasabah lebih boros (kurang terkendali);
3. Sistem keamanan memang sudah terjamin aman, namun tetap adanya pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan *hacking* seperti pencurian data pribadi nasabah bahkan dapat terjadinya pembobolan rekening.

1.3 Fitur Mobile Banking

Fitur adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar suatu produk. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa pengertian fitur adalah berhubungan dengan suatu alat seperti televisi, ponsel, dan lain sebagainya. Fitur adalah alasan mengapa konsumen memilih produk, fitur juga menjadi alat utama suatu perusahaan untuk membedakan produk mereka dengan produk pesaing. Dalam *mobile banking*, dengan adanya fitur semua kebutuhan transaksi nasabah bisa dilakukan.

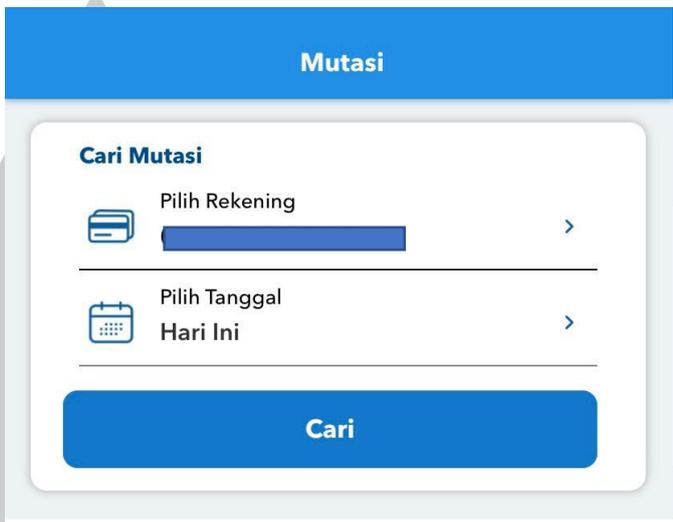
Berbagai fitur andalan yang dapat digunakan nasabah melalui *mobile banking* yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur mobile banking yang selalu digunakan nasabah antara lain:

1. Fitur informasi saldo dan mutasi rekening



Sumber: Aplikasi BRImo

Gambar 2.1
Fitur informasi saldo aplikasi BRImo

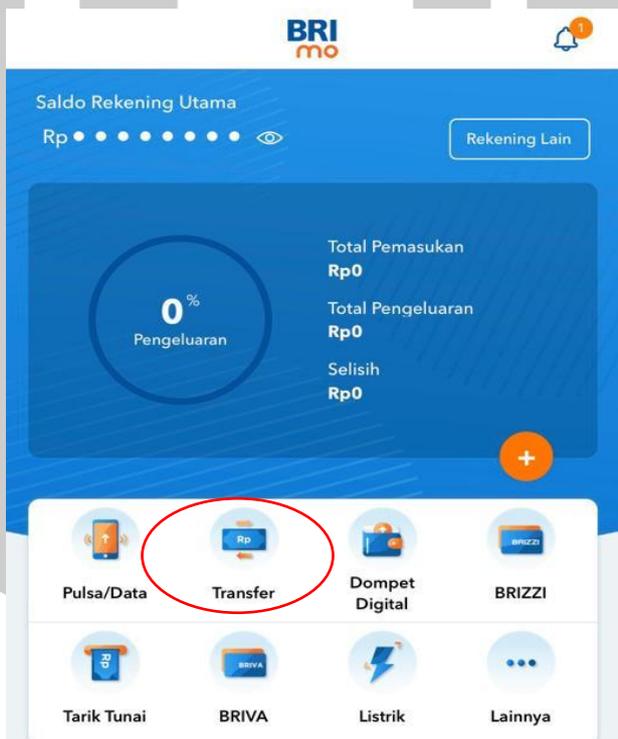


Sumber: Aplikasi BRImo

Gambar 2.2

Fitur informasi mutasi rekening

2. Fitur transfer antar rekening dan antar bank



Sumber: Aplikasi BRImo

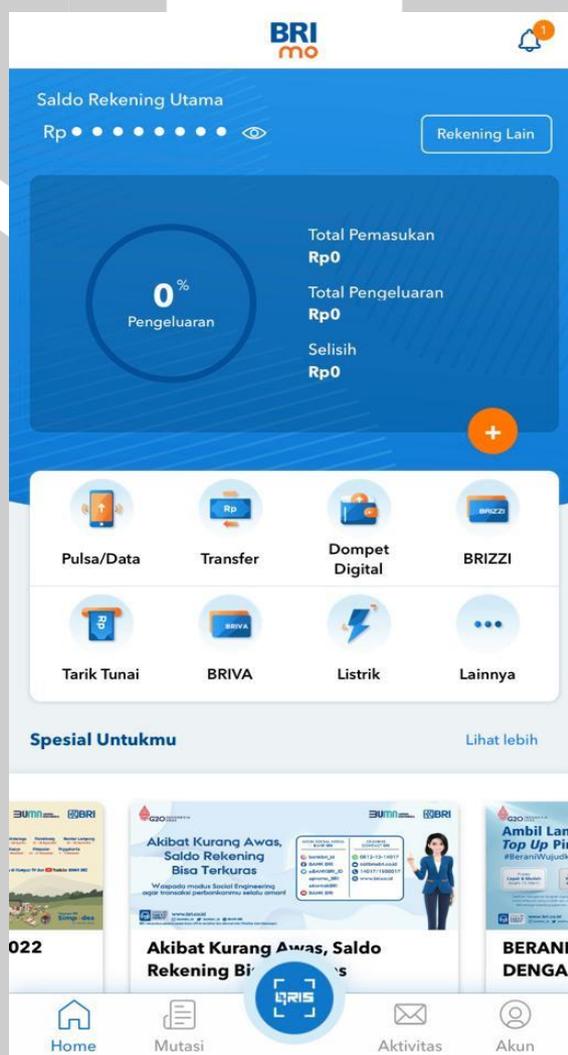
Gambar 2.3

Fitur transfer aplikasi BRImo

3. Fitur Pembayaran pajak, premi asuransi, tagihan listrik, PDAM, paket internet, dan lain-lain
4. Fitur pembelian dan *top up e-wallet* seperti OVO, Shopeepay, Gopay, dan masih banyak lagi
5. Fitur notifikasi transaksi

Notifikasi transaksi adalah layanan pilihan yang dapat dipilih nasabah untuk nasabah menyimpan notifikasi transaksi.

Aplikasi BRImo menyediakan banyak fitur yang membantu nasabah melakukan transaksi. Fitur pada aplikasi BRImo setiap saat akan di *upgrade* untuk mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan transaksi nasabah. Aplikasi ini juga di rancang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dengan *desain* yang praktis tanpa harus ke bank, cukup menggunakan telepon seluler atau *gadget* yang lainya yang memiliki cukup akses internet.



Sumber: Aplikasi BRImo

Gambar 2.4
Tampilan depan aplikasi BRImo

1.4 Teori Antrian

Teori antrian merupakan karakteristik studi matematis mengenai antrian atau *waiting lines* yang di dalamnya disediakan beberapa alternatif model matematika yang dapat digunakan untuk menentukan beberapa karakteristik dan optimasi dalam pengambilan keputusan sistem antrian.

Teori antrian dapat kita lihat pada pelanggan yang mendapatkan pelayanan terlebih dahulu berdasarkan siapa yang datang lebih cepat. Dalam hal ini, seseorang yang mengantri ada yang datang dalam waktu yang bersamaan datang dalam waktu yang berbeda. Perbedaan kedatangan itulah yang akan menentukan apakah orang itu harus mengantre lebih lama atau sebentar saja. Lamanya waktu ketika mengantri ini bisa dibilang satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tidak sama. Dengan kata lain, lamanya waktu kita mengantri sangat tergantung dari pelayanan yang ada di perusahaan tersebut. Semakin cepat suatu pelayanan di perusahaan, maka waktu mengantre akan semakin singkat. Sementara itu, semakin lama suatu pelayanan, maka waktu mengantre akan bertambah lama. Apabila suatu pelayanan perusahaan sangat lambat, para pelanggan bisa kecewa karena harus menunggu waktu yang lama, sehingga perusahaan tersebut bisa mendapatkan penilaian buruk dari para pelanggan.