

Kualitas Layanan Internet Banking : Analisis dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan Importance Performance Analysis

Ade Maharini Adiandari
Fakultas Ekonomi, Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia
maharini.adiandari@unr.ac.id

Hendra Winata
Fakultas Ekononmi, Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, Indonesia
winatahendra@student.ub.ac.id

Yuliani
Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang
yulianisyapril@unsri.ac.id

ABSTRACT:

Increasing competition in banking business requires the banking business to transform towards digitalization, one of which is through the implementation of internet banking services. This study aims to analyze the level of customer satisfaction in terms of the use of internet banking services based on e-Servqual method that is integrated with fuzzy logic. This study also identifying improvements to internet banking services that are prioritized by customers using the Importance Performance Analysis (IPA). The study conducted on 120 internet banking users in one Branch Office of State-Owned Enterprises bank in Balikpapan, East Kalimantan. Based on the gap of Fuzzy e-Servqual score, there are still negative scores for all dimensions. This showed that there are unsatisfaction on internet banking services from banking customer with highest fuzzy expected value is transaction accuracy and transaction speed and highest fuzzy perceived valued is transaction speed and transaction easyness. Result from IPA analysis indicated that there are 11 bank indicators that should improve as first priority and 4 indicators as second priority.

From the results of this study, banks will know a comprehensive improvement strategy on internet banking services, including stages for improvement especially in facing the speed of digital transformation in the banking world.

Keywords: e-Servqual, Internet Banking, Fuzzy e-Servqual, Important Performance Analysis (IPA)

1 PENDAHULUAN

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah merilis Survey Penetrasi dan Perilaku Internet Indonesia 2017. Pengguna internet di Indonesia di tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta orang. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Yuan et al. (2010) bahwa internet telah memasuki berbagai aspek kehidupan. Dari angka tersebut, layanan yang paling banyak diakses adalah layanan *chatting* dengan persentase mencapai 89,35%, sedangkan layanan yang paling sedikit diakses adalah layanan perbankan dengan persentase hanya mencapai 7,39%.

Persentase akses terhadap layanan perbankan yang masih rendah tersebut sebenarnya merupakan kesempatan bagi industri perbankan untuk meningkatkan literasi digital keuangan. Hal ini penting karena dengan berinvestasi pada teknologi dapat meningkatkan profitabilitas dan produktivitas.

Salah satu cara yang bisa dilakukan perbankan untuk meningkatkan literasi digital keuangan adalah dengan cara menggalakkan penggunaan aplikasi-aplikasi yang telah disediakan oleh pihak perbankan, sehingga kondisi perkembangan yang pesat di bidang teknologi informasi juga akan berpengaruh terhadap perubahan pada industri perbankan. Aplikasi-aplikasi tersebut menyebabkan tatap muka layanan konvensional tergantikan dengan inovasi teknologi yang kemudian disebut dengan layanan perbankan berbasis elektronik (*e-banking*).

Salah satu layanan atau aplikasi perbankan yang menggunakan teknologi berbasis elektronik adalah *internet banking*. Menurut Riswandi (2005), *internet banking* adalah penggunaan internet sebagai media dan alat pengendali untuk layanan bank, seperti membuka rekening atau melakukan pengiriman dana antar rekening berbeda sampai dengan penyajian dan pembayaran tagihan elektronik. Layanan ini bersifat maya dimana tidak memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan. Lebih jelasnya pada dasarnya *internet banking* merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media internet.

Beberapa literatur menyatakan bahwa *internet banking* membantu bank dalam menjaga hubungan yang baik dengan nasabah mereka, mengurangi aktifitas fisik dan biaya tetap (Mols, 2000), *internet banking* juga membantu dalam mencapai efisiensi kerja yang lebih baik dan

meningkatkan kinerja keuangan (DeYoung et al., 2007). Beberapa literatur terdahulu juga menyebutkan bahwa *internet banking* bukan lagi sebagai keunggulan kompetitif saja, tetapi sudah menjadi kebutuhan untuk menjadikan sebuah bank lebih kompetitif (Gan et al., 2006). Alasan utama bank menerapkan *internet banking* adalah menyediakan layanan yang lebih cepat, lebih mudah dan yang dapat diandalkan untuk pelanggan sehingga meningkatkan daya saing bank dan *corporate image* bank sesuai yang diinginkan pelanggan (Molina dan Ben-Jadeed, 2004).

Persaingan yang semakin ketat di industri perbankan menyebabkan perlu diterapkannya standar kualitas layanan yang diberikan oleh bank, begitu juga dengan kualitas layanan *internet banking*. Kualitas layanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap persepsi nasabah terhadap layanan *internet banking* yang digunakan. Parasuraman et al (1985) menekankan bahwa pencapaian kualitas dalam hal produk dan layanan menduduki posisi sentral dalam berjalannya sebuah bisnis. Untuk itu perlu dilakukan tindakan pengukuran kualitas layanan secara konsisten, khususnya layanan *internet banking* untuk menjaga agar kepuasan nasabah tetap terjamin. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas layanan *internet banking* pada salah satu Bank Umum Milik Negara (BUMN) dengan menggunakan metode *fuzzy e-Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Metode *e-Servqual* pada penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas *internet banking* berdasarkan gap yang terjadi antara *perceived* dan *expected* pengguna. Sedangkan *fuzzy* sendiri digunakan karena dapat mengukur ketidakpastian dalam penilaian seseorang dan IPA digunakan untuk menentukan variabel yang menjadi prioritas perbankan.

2 METODE

2.1 Pendekatan Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan riset kuantitatif, dengan menggunakan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data yang kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

2.2 Sampel dan Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, anggota populasi adalah nasabah yang pernah menggunakan layanan *internet banking* dari salah satu BUMN yang berlokasi di Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia yang merupakan lokasi penelitian dari peneliti. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan kriteria : 1) responden merupakan nasabah dari BUMN tempat dilaksanakannya penelitian ini , 2) memiliki aplikasi internet banking, 3) pernah menggunakan aplikasi layanan *internet banking* minimal sebanyak dua kali.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada nasabah di *banking hall* atau gerai atm yang berada di cabang BUMN tempat dilaksanakannya penelitian ini. Kuisisioner didistribusikan kepada 120 responden yang mengisi kuisisioner dengan benar dan dianggap valid. Sebagai bahan informasi, Pimpinan Cabang BUMN yang menjadi tempat diselenggarakannya penelitian tersebut meminta agar nama BUMN tersebut tidak disebutkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pembaca dapat langsung menghubungi penulis apabila memerlukan informasi mengenai hal ini.

2.3 Desain Kuesioner

Desain kuesioner dalam penelitian ini memiliki 2 bagian besar, yaitu: 1) Bagian pertama kuesioner merupakan bagian dari pertanyaan terhadap informasi yang terkait dengan latar belakang dan karakteristik sosial dan ekonomi dari nasabah. 2) Bagian kuesioner yang terdiri dari 15 pertanyaan yang kemudian dikelompokkan menjadi 5 variabel dan 15 sub variabel.

Kuesioner ini memiliki dasar desain dari kuesioner yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (2005) yang dikenal dengan sebutan *e-Servqual*. Kuesioner ini dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (2005), yang kemudian menjadi salah satu alat yang didesain dalam pengukuran kualitas pelayanan yang berkaitan dengan konteks transaksi online. Model *e-Servqual* ini merupakan pengembangan dan adaptasi dari model tradisional *Servqual* yang telah dikembangkan sebelumnya.

Dalam desain awal dari model *e-Servqual* terdapat empat macam gap, yaitu *information gap*, *design gap*, *communication gap*, dan *fulfillment gap*. Perbedaan persepsi antara harapan pelanggan dan realitas yang diberikan perusahaan diteliti melalui kuesioner ini. Selanjutnya penulis menyesuaikan kuesioner tersebut dengan beberapa pertanyaan pengembangan yang disesuaikan dengan pemahaman dari responden tanpa mengurangi makna dari pertanyaan orisinal

dalam kuesioner awal. Pada desain kuesioner dalam penelitian ini, peneliti menambahkan 1 bagian pertanyaan baru, yaitu kemudahan akses.

2.4 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang diteliti pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 terkait definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.

Variabel	Sub Variabel
<i>Akurasi transaksi</i>	Kecepatan transaksi Keakuratan transaksi Kemudahan transaksi
<i>Desain tampilan</i>	Tampilan Fungsional Tampilan Kekinian Tampilan informatif
<i>Kemudahan dalam akses</i>	Waktu akses cepat Aplikasi mudah diinstall Aplikasi mudah diakses
<i>Tersedianya informasi yang diperlukan</i>	Informasi tersedia sesuai kebutuhan Informasi mudah diperoleh Informasi yang disampaikan terlalu banyak
<i>Penanganan masalah</i>	Penanganan masalah cepat Penanganan masalah akurat Penanganan masalah mudah

2.5 Teknik Analisis Data

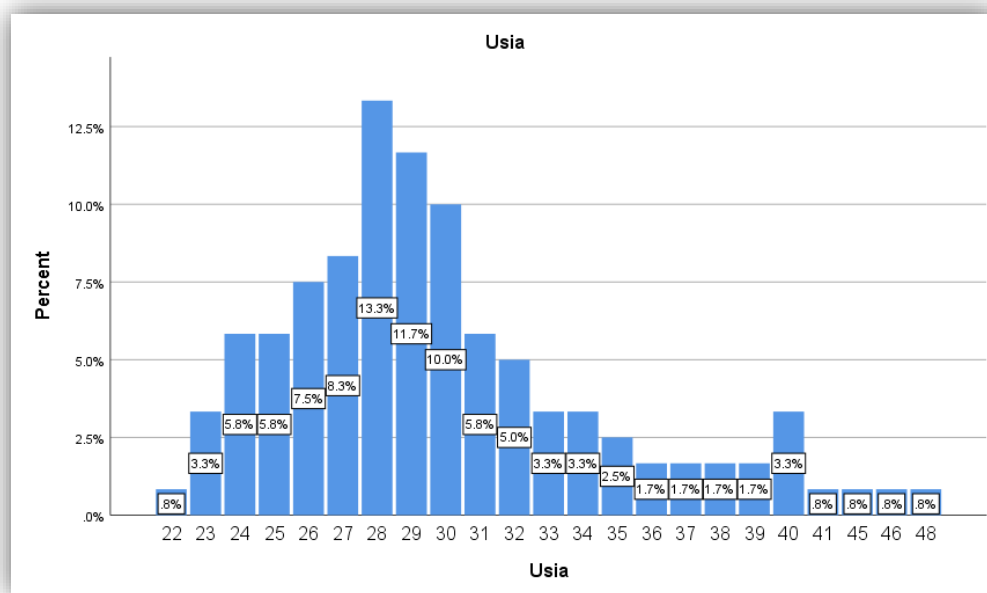
Peneliti melakukan pengolahan data dari kuesioner yang telah disebarakan untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap layanan *internet banking*. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menelaah lebih jauh mengenai kepuasan nasabah dalam layanan *internet banking* yang

dilaksanakan dengan menerapkan analisis *e-Servqual*. Pendekatan yang dilakukan dengan menghitung secara detail tentang kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* berdasarkan *perceived* dan *expected value* nya. Analisis dari *fuzzy perceived* dan *fuzzy expected* menggunakan analisis frekuensi dari aplikasi statistik SPSS 25.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara deskriptif, dapat diketahui dari hasil penyebaran kuesioner bahwa rentang usia dari responden adalah diantara usia 22 tahun sampai dengan usia 48 tahun, dengan persentase tertinggi berada di usia 28 tahun. Dari grafik tampak bahwa usia responden sebagian besar adalah dengan usia di bawah 32 tahun.

Grafik 1. Grafik Usia Responden



Apabila diperhatikan kembali dari data yang diperoleh mengenai jenis kelamin, yaitu: laki-laki sebanyak 61 orang atau 51% dan perempuan sebanyak 59 orang atau 49%. Sedangkan apabila diperhatikan mengenai pendidikan, responden sebagian besar 74,2% adalah sarjana, sisanya

terbagi dalam rentang pendidikan SMA dan D3, yaitu 15% D3 dan 10% SMA. Selain itu ada 0.8% dengan tingkat pendidikan hingga jenjang S2. Bila dilihat dari status pernikahan, maka sebagian besar responden telah menikah, yaitu sebanyak 64% dan sisanya, yaitu sebanyak 36% yang belum menikah. Untuk informasi yang lebih jelas terkait dengan data demografis dari responden dapat diperhatikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	61	51%
Perempuan	59	49%
Status Pernikahan		
Tidak menikah	43	36%
Menikah	76	64%
Pendidikan		
SMA	12	10%
D3	18	15%
Sarjana	89	74.2%
Pascasarjana	1	0.8%

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode e-Servqual dan memiliki 5 bagian variabel yang diteliti, yaitu: 1) Akurasi transaksi, 2) Desain tampilan, 3) Kemudahan dalam akses, 4) Tersedianya informasi yang diperlukan dan 5) Penanganan masalah. Akurasi transaksi lebih memperhatikan pada saat terjadinya transaksi dan proses transaksi itu sendiri. Sedangkan untuk desain tampilan lebih tertuju kepada tampilan dari aplikasi *internet banking*. Kemudahan dalam akses menilai saat nasabah akan melakukan akses terhadap aplikasi *internet banking*. Untuk tersedianya informasi yang diperlukan, memperhatikan tampilan informasi yang diperlukan saat melakukan transaksi *internet banking* pada aplikasi yang telah disediakan. Sedangkan penanganan masalah lebih menyoroti upaya yang bisa dilakukan nasabah setelah melakukan transaksi dan lebih kepada *complaint handling* apabila terjadi masalah dalam melaksanakan transaksi *internet banking*.

Variabel tersebut masing-masing kemudian dibagi kembali dalam tiga sub variabel, sehingga secara keseluruhan terdapat 15 variabel yang diteliti oleh peneliti. Lima belas variabel tersebut meliputi : 1a) Kecepatan transaksi, 1b) Keakuratan transaksi, 1c) Kemudahan transaksi, 2a) Tampilan fungsional, 2b) Tampilan kekinian, 2c) Tampilan informatif, 3a) Waktu akses cepat, 3b) Aplikasi mudah diinstall, 3c) Aplikasi mudah diakses, 4a) Informasi tersedia sesuai kebutuhan, 4b) Informasi mudah diperoleh, 4c) Informasi yang disampaikan terlalu banyak, 5a) Penanganan masalah cepat, 5b) Penanganan masalah akurat dan 5c) Penanganan masalah mudah.

Penulis selanjutnya akan memberikan kode kepada setiap masing-masing variabel dan sub variabel tersebut di atas guna lebih memudahkan pengolahan data pada SPSS 25. Penyetatan kode pada masing-masing sub variabel tersebut tentunya akan lebih mudah dalam menampilkan secara lebih jelas pada proses pengolahan data dengan SPSS 25. Secara garis besar, daftar variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3. Kode Sub Variabel

Internet Banking			
Variable	Quest	Perceived	Expected
<i>Akurasi Transaksi</i>			
Kecepatan Transaksi	1a	IBr1a	IBh1a
Akurasi Transaksi	1b	IBr1b	IBh1b
Kemudahan Transaksi	1c	IBr1c	IBh1c
<i>Desain Tampilan</i>			
Tampilan Fungsional	2a	IBr2a	IBh2a
Tampilan Kekinian	2b	IBr2b	IBh2b
Tampilan Informatif	2c	IBr2c	IBh2c
<i>Kemudahan dalam Akses</i>			
Waktu Akses Cepat	3a	IBr3a	IBh3a
Aplikasi mudah diinstall	3b	IBr3b	IBh3b
Aplikasi mudah diakses	3c	IBr3c	IBh3c
<i>Tersedianya Informasi yang diperlukan</i>			
Informasi tersedia sesuai kebutuhan	4a	IBr4a	IBh4a
Informasi mudah diperoleh	4b	IBr4b	IBh4b
Informasi yang disampaikan terlalu banyak	4c	IBr4c	IBh4c
<i>Penanganan Masalah</i>			
Penanganan Masalah Cepat	5a	IBr5a	IBh5a
Penanganan Masalah Akurat	5b	IBr5b	IBh5b
Penanganan Masalah Mudah	5c	IBr5c	IBh5c

Setelah dilakukan proses pengkodean, peneliti kemudian mengolah data yang telah diperoleh tersebut dengan SPSS 25. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan frekuensi dan memberikan setting pada posisi mean, sehingga masing-masing kuesioner dapat diketahui nilai rata-ratanya. Dari nilai rata-rata tersebut per masing-masing sub variabel dapat diketahui *fuzzy perceived* and *fuzzy expected* dari data kuesioner yang diperoleh dari nasabah. *Fuzzy perceived* dapat menggambarkan tingkat kepuasan dari layanan *internet banking* yang dirasakan oleh nasabah, sedangkan *fuzzy expected* dapat menggambarkan tingkat pentingnya (harapan) layanan *internet banking* di mata nasabah.

Terkait hasil Uji Validitas dan Reliabilitas , hasil keseluruhan item pertanyaan pada setiap indikator dan variabel dikatakan valid, karena nilai $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$, yaitu $r\text{-hitung} \geq 0,361$. Untuk uji reliabilitas, hasil seluruh variabel dikatakan reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Selanjutnya hasil perhitungan *Fuzzy Perceived* untuk seluruh sub variabel dapat dilihat secara lebih detil pada tabel 4 di bawah ini :

Tabel 4. Hasil *Fuzzy Perceived*

	N	Mean	Std. Deviation
IBr1 a	120	3.42	.495
IBr1 b	120	3.24	.449
IBr1 c	120	3.29	.456
IBr2 a	120	3.29	.456
IBr2 b	120	3.27	.444
IBr2 c	120	3.18	.382
IBr3 a	120	3.14	.350
IBr3 b	120	3.10	.353
IBr3 c	120	3.12	.357
IBr4 a	120	3.10	.328
IBr4 b	120	3.17	.374
IBr4 c	120	3.13	.341
IBr5 a	120	3.13	.341
IBr5 b	120	3.11	.312
IBr5 c	120	3.08	.306
Valid N (listwise)	120		

Untuk memudahkan analisis, peneliti melakukan proses pengurutan berdasarkan *fuzzy perceived* tertinggi menjadi yang terendah sesuai pada tabel 5 di bawah ini :

Tabel 5. Hasil Pengurutan *Fuzzy Perceived*

Hasil Pengurutan Perceived Value Internet Banking			
Variable	Quest	Perceived	Perceived
Kecepatan Transaksi	1a	IBr1a	3,42
Kemudahan Transaksi	1c	IBr1c	3,29
Tampilan Fungsional	2a	IBr2a	3,29
Tampilan Kekinian	2b	IBr2b	3,27
Akurasi Transaksi	1b	IBr1b	3,24
Tampilan Informatif	2c	IBr2c	3,18
Informasi mudah diperoleh	4b	IBr4b	3,17
Waktu Akses Cepat	3a	IBr3a	3,14
Informasi yang disampaikan terlalu banyak	4c	IBr4c	3,13
Penanganan Masalah Cepat	5a	IBr5a	3,13
Aplikasi mudah diakses	3c	IBr3c	3,13
Penanganan Masalah Akurat	5b	IBr5b	3,11
Aplikasi mudah diinstall	3b	IBr3b	3,10
Informasi tersedia sesuai kebutuhan	4a	IBr4a	3,10
Penanganan Masalah Mudah	5c	IBr5c	3,08

Dari hasil pengurutan *fuzzy perceived* pada tabel 5 di atas terlihat bahwa nilai *fuzzy perceived* tertinggi adalah pada kecepatan transaksi dengan nilai 3.42. Hal ini berarti bahwa nasabah merasakan tingkat kepuasan tertinggi pada sub variabel kecepatan transaksi. Sementara itu nilai *fuzzy perceived* terendah adalah pada variabel penanganan masalah mudah dengan nilai 3.08. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasakan tingkat kepuasan yang paling rendah untuk sub variabel penanganan masalah mudah.

Sedangkan hasil perhitungan *Fuzzy Expected* untuk seluruh sub variabel dapat dilihat secara lebih detil pada tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6. Hasil *Fuzzy Expected*

	N	Mean	Std. Deviation
IBh1a	120	3.94	.235
IBh1b	120	3.97	.180
IBh1c	120	3.84	.367
IBh2a	120	3.86	.350
IBh2b	120	3.84	.367
IBh2c	120	3.92	.264
IBh3a	120	3.83	.374
IBh3b	120	3.85	.359
IBh3c	120	3.83	.374
IBh4a	120	3.84	.367
IBh4b	120	3.83	.374
IBh4c	120	3.94	.235
IBh5a	120	3.79	.408
IBh5b	120	3.88	.322
IBh5c	120	3.94	.235
Valid N (listwise)	120		

Sama seperti sebelumnya, untuk memudahkan analisis, peneliti melakukan proses pengurutan berdasarkan *fuzzy expected* tertinggi menjadi yang terendah sesuai pada tabel 7 di bawah ini :

Tabel 7. Hasil Pengurutan *Fuzzy Expected*

Hasil Pengurutan Expected Value Internet Banking			
Variable	Quest	Expected	Expected
Akurasi Transaksi	1b	IBh1b	3,97
Kecepatan Transaksi	1a	IBh1a	3,94
Informasi yang disampaikan terlalu banyak	4c	IBh4c	3,94
Penanganan Masalah Mudah	5c	IBh5c	3,94
Tampilan Informatif	2c	IBh2c	3,93
Penanganan Masalah Akurat	5b	IBh5b	3,88
Tampilan Fungsional	2a	IBh2a	3,86
Aplikasi mudah diinstall	3b	IBh3b	3,85
Kemudahan Transaksi	1c	IBh1c	3,84
Tampilan Kekinian	2b	IBh2b	3,84
Informasi tersedia sesuai kebutuhan	4a	IBh4a	3,84
Waktu Akses Cepat	3a	IBh3a	3,83
Aplikasi mudah diakses	3c	IBh3c	3,83
Informasi mudah diperoleh	4b	IBh4b	3,83
Penanganan Masalah Cepat	5a	IBh5a	3,79

Dari tabel 7 di atas, terlihat bahwa nilai *fuzzy expected* tertinggi adalah pada sub variabel akurasi transaksi, yaitu dengan nilai 3.97. Hal ini berarti bahwa nasabah menganggap sub variabel akurasi transaksi merupakan sub variabel yang paling penting diantara sub variabel lainnya. Sementara itu, nilai *fuzzy expected* terendah adalah pada penanganan masalah yang cepat. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah menganggap sub variabel penanganan masalah yang cepat bukan merupakan harapan tertinggi nasabah atas layanan *internet banking* yang dilakukannya.

Hasil *fuzzy perceived* dan *fuzzy expected* di atas kemudian diolah kembali untuk lebih memudahkan interpretasi lanjutan, khususnya interpretasi terhadap nilai gap antara *fuzzy perceived* dan *fuzzy expected* dimaksud. Hasil olahan disajikan dalam tabel 8 terkait hasil gap *e-Servqual* sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Gap *e-Servqual*

Internet Banking			
Quest	Perceived	Expected	Gap
1a	3,42	3,94	-0,53
1b	3,24	3,97	-0,73
1c	3,29	3,84	-0,55
2a	3,29	3,86	-0,57
2b	3,27	3,84	-0,58
2c	3,18	3,93	-0,75
3a	3,14	3,83	-0,69
3b	3,10	3,85	-0,75
3c	3,13	3,83	-0,71
4a	3,10	3,84	-0,74
4b	3,17	3,83	-0,67
4c	3,13	3,94	-0,81
5a	3,13	3,79	-0,66
5b	3,11	3,88	-0,78
5c	3,08	3,94	-0,86

Untuk memudahkan analisis, dilakukan pengurutan hasil gap dari *fuzzy perceived* dan *fuzzy expected* dari nilai gap yang tertinggi hingga yang terendah sebagaimana terlihat pada tabel 9 di bawah ini :

Tabel 9. Hasil Pengurutan Nilai Gap *Fuzzy Perceived* dan *Fuzzy Expected*

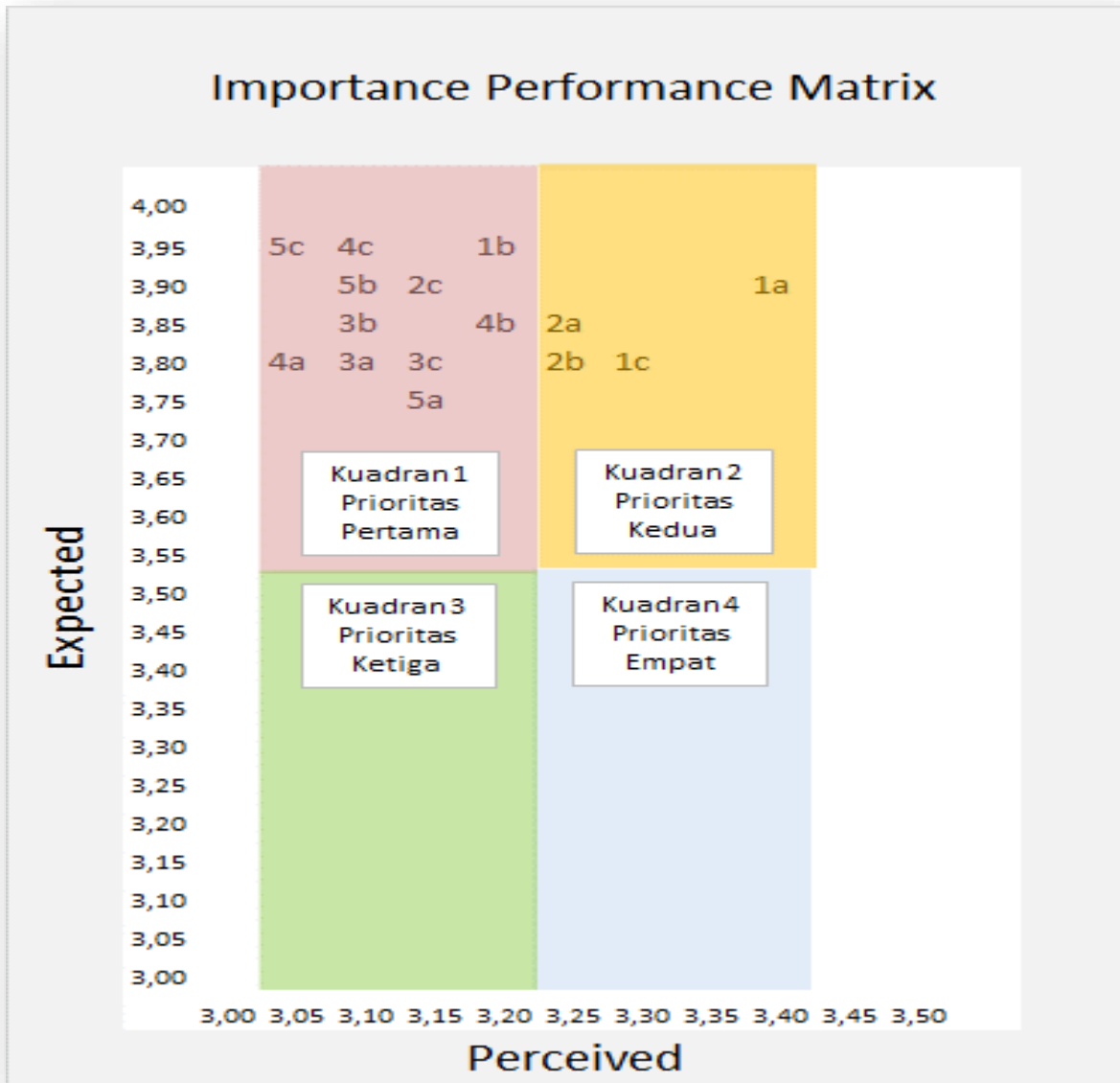
Hasil Pengurutan Gap Internet Banking		
Variable	Quest	Gap
Penanganan Masalah Mudah	5c	-0,86
Informasi yang disampaikan terlalu banyak	4c	-0,81
Penanganan Masalah Akurat	5b	-0,78
Tampilan Informatif	2c	-0,75
Aplikasi mudah diinstall	3b	-0,75
Informasi tersedia sesuai kebutuhan	4a	-0,74
Akurasi Transaksi	1b	-0,73
Aplikasi mudah diakses	3c	-0,71
Waktu Akses Cepat	3a	-0,69
Informasi mudah diperoleh	4b	-0,67
Penanganan Masalah Cepat	5a	-0,66
Tampilan Kekinian	2b	-0,58
Tampilan Fungsional	2a	-0,57
Kemudahan Transaksi	1c	-0,55
Kecepatan Transaksi	1a	-0,53

Dari tabel 9 di atas, secara umum nilai gap masih bernilai negatif untuk seluruh sub variabel. Hal ini menunjukkan masih terdapat ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas layanan *internet banking* yang diberikan oleh pihak bank. Ketidakpuasan terutama terlihat pada sub variabel penanganan masalah yang mudah, terlalu banyaknya informasi yang diberikan dan penanganan masalah yang akurat. Tiga gap terbesar tersebut perlu menjadi perhatian bagi bank untuk dapat diminimalisir sehingga kepuasan nasabah dapat menjadi lebih meningkat.

Selanjutnya peneliti juga melakukan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis IPA dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan variabel-variabel yang menjadi prioritas nasabah untuk dilakukan perbaikan (Supranto, 2006). Sebagai langkah awal dilakukan dengan membuat grafik yang terbagi dalam empat kuadran. Empat kuadran didasarkan pada atribut tingkat kepentingan (*expected*) dan tingkat kinerja (*perceived*). Selanjutnya hasil nilai *fuzzy*

perceived dan *fuzzy expected* dari seluruh sub variabel dimasukkan kedalam grafik. Hasil dari pemetaan 15 sub variabel ke dalam grafik IPA dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini :

Gambar 1. Matriks *Importance Performance Analysis*



Dari matriks IPA pada gambar 1 di atas, terlihat bahwa terdapat 11 sub variabel yang menjadi prioritas pertama bank untuk diperbaiki dan 4 sub variabel sebagai prioritas kedua untuk mendapat perbaikan. Sebelas sub variabel yang menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki sebagai berikut :

1. Penanganan masalah yang mudah
2. Informasi yang disampaikan terlalu banyak
3. Penanganan masalah yang akurat
4. Tampilan informative
5. Aplikasi mudah di install
6. Informasi tersedia sesuai kebutuhan
7. Keakuratan transaksi
8. Aplikasi mudah di akses
9. Waktu akses cepat
10. Informasi mudah diperoleh
11. Penanganan masalah cepat

Sedangkan 4 sub variabel yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki :

1. Tampilan kekinian
2. Tampilan fungsional
3. Kemudahan transaksi
4. Kecepatan transaksi

4 KESIMPULAN

Dari data statistik dapat diperoleh informasi bahwa nilai *fuzzy perceived* tertinggi adalah pada kecepatan transaksi. Sedangkan, nilai *fuzzy expected* tertinggi adalah pada akurasi transaksi. Hal ini terlihat sub variabel yang menurut nasabah dianggap paling penting (*fuzzy expected*) dan dirasakan memberikan kepuasan yang paling tinggi (*fuzzy perceived*).

Dari hasil analisis IPA, terlihat bahwa terdapat 11 sub variabel yang menjadi prioritas pertama bank untuk diperbaiki dan 4 sub variabel sebagai prioritas kedua untuk mendapat perbaikan.

Dari hasil di atas, pihak bank akan mengetahui strategi perbaikan layanan *internet banking* yang harus dilakukan secara komprehensif, termasuk tahap-tahap perbaikan layanan sesuai prioritas yang terlihat dari hasil analisis IPA.

5 DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra, "A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality", *Journal of Service Research*, Volume 7, No. 3, February 2005, page 213-233
- [2] BA Riswandi, "Perlindungan Hukum Terhadap Privacy Di Internet (Studi Komparasi Pengaturan Privacy di Indonesia, Australia dan Uni Eropa)", - *Jurnal Fenomena*, 2005, jurnal.uui.ac.id
- [3] Bobby Boon-Hui Chaia, Pek See Tanb, Thian Shong Gohc, "Banking Services that Influence the Bank Performance," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 224, 2016, Page 401 – 407.
- [4] Robert DeYoung, William W. Lang, Daniel L. Nolle, "How the Internet affects output and performance at community banks", *Journal of Banking & Finance* 31. 2007. 1033–1060
- [5] Farnaz Beheshti Zavareh, Mohd Shoki Md Ariff, Ahmad Jusoh, Norhayati Zakuan, and Ahamad Zaidi Bahari, Mohsen Ashourian, "E-Service Quality Dimensions and Their Effects on ECustomer Satisfaction in *Internet banking Services*," *Procedia - Social and Behavioral Scienc-es* 40, 2012, Page 441 – 445.
- [6] Financial Inclusion and Electronification Task Force Bank Indonesia Transformation Office, "Digital Financial Inclusion in Indonesia," Bank Sentral Indonesia, 2018
- [7] Iberahim, H., Mohd Taufik, N.K. , Mohd Adzmir, A.S., Sa-haruddin, H, "Customer Satisfaction on Reliability and Re-sponsiveness of Self Service Technology for Retail Banking Services," *Procedia Economics and Finance* 37, 2016, Page 13 – 20.
- [8] Jelena Stankevicienea, Marta Nikonorova, "Sustainable Value Creation in Commercial Banks during Financial Crisis," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 110, 2014, Page 1197 – 1208.
- [9] Lacramioara Radomir, Cosmin Voicu Nistora, "High-educated consumer perceptions of service quality: an assessment of the SSTQUAL scale in the Romanian banking," *Procedia Economics and Finance* 3, 2012, Page 858 – 864.
- [10] Niels Peter Mols, "The Internet and services marketing – the case of Danish retail banking", *Internet Research*, Vol. 10 Issue: 1. 2000. pp.7-18.
- [11] Mutiara Erliza Erwin, Susatyo Nugroho W.P, "Analysis of the Quality of Bank Bukopin's Internet Banking Services with Fuzzy E-ServQual Method, IPA and Proposed Improvements with the QFD method", *Industrial Engineering Study Program, Faculty of Engineering, Diponegoro University*, 2016.
- [12] Sunarsan Sitohang, Ronal Denson Napitupulu, "Fuzzy Logic To Determine House Sales With Mamdani Method Case Study: PT Gracia Herald," *Jurnal ISD Vol.2 No.2*, Faculty of Engineering, Informatics Engineering Study Program, Putera Batam University, Juli - Desember 2017.
- [13] Setyoningsih Wibowo, "Application of Fuzzy Logic in Scheduling Lecture Time," *Jurnal Informatika Upgris Vol 1*, Juni 2015.
- [14] Supranto., J., "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar", Jakarta, Rineka Cipta, 2006.
- [15] Yuan, X., H.S. Lee, and S.Y. Kim, "Present and Future of Internet Banking in China," *Journal of Interet Banking and Commerce*, Vol 15, No 1, 2010.