

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN APLIKASI MOBILE BANKING BSI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS GEN Z DI JORONG LOMBOK NAGARI UJUNG GADING)

Maiyora Sarastuna Purba¹, Rusydi Fauzan², Novera Martilova³, Rahmi Isriani⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email : maiyorasarastunap@gmail.com¹, rusydifauzan@uinbukittinggi.ac.id²,
noveramartilova@uinbukittinggi.ac.id³, rahmiisriani@uinbukittinggi.ac.id⁴

Abstrak

Latar belakang penelitian ini didasari oleh adanya beberapa permasalahan pada kualitas layanan elektronik (*E-Servqual*) yang diberikan BSI seperti terjadinya transaksi macet (*fulfillment*), fitur bantuan yang kurang membantu masalah yang dialami nasabah (*responsiveness*), kurang memahami proses pengajuan klaim (*compensation*), waktu memuat aplikasi yang lambat (*efficiency*), aplikasi *error* seperti sering terjadinya gangguan teknis (*system availability*), berkurangnya kepercayaan nasabah setelah beredarnya berita tentang kebocoran data nasabah yang dialami BSI (*privacy*), serta fitur *live chat* yang kurang dapat menjawab keluhan nasabah (*contact*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan aplikasi *mobile banking* BSI pada nasabah Gen Z yang menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan analisis triangulasi untuk menganalisis datanya. Informan dari penelitian ini adalah Gen Z pengguna aplikasi *mobile banking* BSI yang berdomisili di Jorong Lombok Nagari Ujung Gading. Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 10 informan. Pengumpulan data berupa wawancara secara langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 210 jawaban, terdapat 25 jawaban (11,9%) yang menyatakan kualitas pelayanan sudah sangat memuaskan, 72 jawaban (34%) menyatakan puas, 94 jawaban (44,7%) menyatakan bahwa layanan tersebut tidak terlalu bagus dan juga tidak terlalu buruk atau layanan yang diberikan tidak melebihi harapan juga mengecewakan, 18 jawaban (8,5%) menyatakan bahwa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka, 1 jawaban (0,4%) menyatakan bahwa layanan yang diberikan aplikasi ini sangat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan aplikasi *mobile banking* BSI berada pada kategori netral. Hal ini karena sebagian besar informan yang memberikan jawaban netral pada hampir semua dimensi E-Servqual, dengan persentase total sebesar 44,7%. Artinya, meskipun sebagian nasabah Gen Z merasa puas terhadap kemudahan akses, keamanan sistem, serta kelancaran transaksi, namun masih terdapat pengalaman yang belum memuaskan nasabah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* BSI.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Pemenuhan, Responsivitas, Kompensasi, Efisiensi, Ketersediaan Sistem, Privasi, Dan Kontak, BSI Mobile Banking.

Abstract

The background of this research is based on several problems in the quality of electronic services (E-Servqual) provided by BSI such as the occurrence of stuck transactions (fulfillment), help features that are less helpful for problems experienced by customers (responsiveness), lack of understanding of the claim submission process (compensation), slow application loading times (efficiency), application errors such as frequent technical disruptions (system availability), reduced customer trust after circulating news about customer data leaks experienced by BSI (privacy), and the live chat feature that is less able to answer customer complaints (contact). This study aims to analyze the quality of BSI mobile banking application services for Gen Z customers who use the BSI mobile banking application. The research method used is a qualitative research method that uses triangulation analysis to analyze the data. The informants of this study are Gen Z users of the BSI mobile banking application who live in Jorong Lombok Nagari Ujung Gading. The number of samples used in this study is 10 informants. Data collection is in the form of direct interviews. The results of this study indicate that of the 210 responses, 25 (11.9%) stated that the service quality was very satisfactory, 72 (34%) stated that they were satisfied, 94 (44.7%) stated that the service was neither very good nor very bad, or that the service provided did not exceed expectations or was disappointing, 18 (8.5%) stated that the service did not meet their expectations, and 1 (0.4%) stated that the service provided by this application was very unsatisfactory. It was concluded that the service quality of the BSI mobile banking application was in the neutral category. This is because the majority of informants gave neutral answers on almost all E-Servqual dimensions, with a total percentage of 44.7%. This means that although some Gen Z customers were satisfied with the ease of access, system security, and smooth transactions, there were still some experiences that were not satisfactory for customers in using the BSI mobile banking application..

Keywords: *Electronic Service Quality, Fulfillment, Responsiveness, Compensation, Efficiency, System Availability, Privacy, And Contact, BSI Mobile Banking.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Digitalisasi memungkinkan layanan perbankan untuk bergerak lebih dinamis, efisien, dan terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Di Indonesia, digitalisasi perbankan tidak hanya dilakukan oleh bank konvensional, tetapi

juga oleh bank syariah, yang kini menghadirkan aplikasi berbasis digital untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi finansial. Langkah ini merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang semakin menuntut layanan cepat dan fleksibel tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara langsung.¹

¹ Sri Utami Erman, "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Rangkam Memenangkan

Persaingan Bisnis Perbankan", Jom FISIP 2, no. 2 (2015): 1–15.

Generasi Z, yang lahir pada rentang waktu tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, dengan kebiasaan mengintegrasikan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Hal ini menjadikan Generasi Z sebagai salah satu segmen yang potensial untuk menjadi pengguna utama aplikasi perbankan digital, termasuk aplikasi bank syariah. Karakteristik mereka yang cenderung lebih kritis, cepat beradaptasi, dan menuntut efisiensi menjadikan generasi ini sebagai indikator penting untuk mengevaluasi kualitas layanan berbasis aplikasi.

Aplikasi bank syariah di Indonesia saat ini dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga layanan investasi syariah. Namun, keberhasilan aplikasi ini dalam memenuhi harapan nasabah sering kali dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, stabilitas aplikasi, kecepatan layanan, dan keamanan transaksi.²

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Instagram resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), terlihat adanya banyak keluhan yang disampaikan oleh para nasabah terkait berbagai permasalahan pada aplikasi *mobile Banking* BSI. Salah satu keluhan yang paling sering muncul adalah terkait kegagalan dalam proses transaksi, di mana nasabah mengalami pemotongan saldo rekening, namun transaksi yang dilakukan tidak berhasil diproses atau tidak sampai kepada tujuan. Kondisi ini menimbulkan keresahan karena menyangkut aspek keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, banyak pengguna juga melaporkan bahwa aplikasi *mobile banking* BSI sering mengalami gangguan berupa *error*, bahkan secara tiba-tiba keluar dengan sendirinya sehingga tidak dapat diakses kembali dalam jangka waktu tertentu. Bertambahnya komentar keluhan serupa yang muncul setiap harinya di media sosial resmi BSI menunjukkan bahwa permasalahan ini merupakan kasus yang bersifat kebetulan, yang dialami oleh banyak pengguna. Hal tersebut pada akhirnya berdampak signifikan terhadap kelancaran, kenyamanan, kepercayaan,

² Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2023), hal. 4.

serta kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital yang disediakan oleh BSI.

Penelitian sebelumnya di lakukan oleh Fadhlihah dan Putra tahun 2024 berjudul Analisis Kepuasan Gen Z dalam Menggunakan Aplikasi BSI *mobile*, fokus menganalisis sejauh mana kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI tersebut, berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan dimana berfokus pada kualitas pelayanan dari aplikasi *mobile banking* BSI. Tetapi penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, dimana sama-sama bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian sebelumnya juga menggunakan metodologi kuantitatif dengan analisis regresi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif yang dapat mempengaruhi hasil dan analisis.³

Penelitian terdahulu Pramatatya Resindra Widya dan Elisabet tahun 2022 yang berjudul Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna

E-commerce di Kalimantan Barat yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis dimensi *E-Servqual*. Penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus dalam menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan yang di berikan kepada nasabah Gen Z. Penelitian sebelumnya lebih umum dan mencakup analisis pengaruh berbagai dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *mobile banking* secara keseluruhan, tanpa membatasi pada kelompok tertentu. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada pengalaman nasabah Gen Z. Dari metodologi juga berbeda dimana penelitian sebelumnya menggunakan metodologi kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif.⁴

Penelitian terdahulu dari Nur Azizah dan Muhammad Rahmat Hidayat tahun 2022 Analisis E-servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi BSI Mobile. Penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada seluruh pengguna *mobile* BSI yang ada di BSI kantor cabang secara

³ Syifa Fadhlihah & Purnama Putra "Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 10, no. 03, (2024).

⁴ Pramatatya Resindra Widya dan Elisabet, "Pengaruh E-service quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat," Journal Unimma, (2022).

menyeluruh, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus hanya pada pengguna Gen Z saja. Pada penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif. Penelitian ini juga dilaksanakan pada BSI Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol, sedangkan penelitian yang akan dilakukan, dilaksanakan di Jorong Lombok Nagari Ujung Gading.⁵ Penelitian terdahulu dari Ana Nabila Putri dan Fanni Husnul Hanifa tahun 2023 dengan judul Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022. Pada penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif.⁶

Penelitian terdahulu dari Eva Fa'izatul A'yun dan Mariyah Ulfah pada tahun 2025 yang berjudul Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo bertujuan untuk menganalisis

efektivitas BEYOND dalam meningkatkan kualitas dan kepuasan nasabah sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan khusus untuk menganalisis kualitas layanan aplikasi BSI.⁷ Selanjutnya penelitian terdahulu oleh Elisa Purnawati 2025 yang berjudul Pengaruh *E-Service Quality* pada BSI *mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *E-Service Quality* yaitu *siteorganization*, *reliability*, *responsiveness*, *userfriendliness*, *personalneeds*, dan *efficiency* terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI *mobile*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BSI. Dari segi variabel ada perbedaan, dimana penelitian yang akan dilakukan terdiri dari *fulfillment*, *responsiveness*, *efficiency*, *system availability*, *privacy* dan *contact*. Pada penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif sedangkan

⁵ Nur Azizah dan Muhammad Rahmat Hidayat, "Analisis E-servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile". Jurnal Ekonomi dan Sosial 7, no. 1, (2022).

⁶ Ana Nabila Putri dan Fanni Husnul Hanifa, "Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking Dengan Menggunakan

Metode IPA Tahun 2022". e-Proceeding of Applied Science 9, no. 2, (2023).

⁷ Eva Fa'izatul A'yun dan Mariyah Ulfah, "Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo," Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah 3, no. 1, (2025).

penelitian yang akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif.⁸

Dalam hal ini, Jorong Lombok yang terletak di Nagari Ujung Gading merupakan wilayah yang menarik untuk dijadikan objek kajian, terutama dalam hal perkembangan ekonomi dan adopsi teknologi digital. Daerah ini menunjukkan dinamika pertumbuhan yang cukup pesat, ditandai dengan meningkatnya akses dan pemanfaatan teknologi informasi oleh masyarakat setempat. Salah satu kelompok yang paling menonjol dalam hal ini adalah Generasi Z, yang dikenal adaptif terhadap perubahan digital dan cepat dalam mengadopsi inovasi baru. Di Jorong Lombok, mayoritas Gen Z mulai terbiasa memanfaatkan layanan perbankan digital, terutama dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Penggunaan fitur seperti QRIS (*Quick Response Rode Indonesian Standard*) untuk pembayaran yang menggambarkan pergeseran pola konsumsi ke arah yang lebih praktis dan efisien. Fenomena ini memperkuat alasan mengapa wilayah ini layak untuk diteliti, khususnya dalam melihat sejauh mana kualitas layanan digital perbankan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan generasi muda

yang semakin melek teknologi. Namun, sejauh mana aplikasi bank syariah mampu memberikan kualitas layanan kepada pengguna di wilayah ini masih menjadi tanda tanya.

Tabel 1.1
Jumlah penduduk Nagari Ujung Gading Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin.

N0	Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	20-24	20504	19430	39934
2	25-29	19568	18640	38208
Total		40072	38070	78142

Sumber : Badan Statistik (BPS) Pasaman Barat (2023)

Dari table di atas diketahui jumlah penduduk kurun umur 20-29 di Nagari Ujung Gading yang terdiri dari 8 jorong berjumlah 78142 Jiwa. Data yang diperoleh yaitu data penduduk tahun 2023 dikarenakan keterbatasan data yang diperoleh termasuk data yang mengkhususkan jumlah Gen Z di Jorong Lombok, tetapi data diatas sudah cukup menggambarkan seberapa banyak Gen Z yang berumur 20-29 di Nagari tersebut.

⁸ Elisa Purnawati, "Pengaruh E-servicequality pada Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah,"

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Jorong Lombok
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
1	1421	1419	2840

Sumber : Walinagari Ujung Gading

Pernyataan ini juga di dukung oleh data, dimana dari keseluruhan penduduk di jorong ini berjumlah 2840 jiwa, dimana peneliti tidak mendapat kan data yang hanya tertuju kepada Gen Z saja. Berdasarkan obsevasi awal yang dilakukan peneliti kepada Gen Z yang ada di Jorong Lombok diketahui ada 18 orang yang menggunakan *mobile banking* BSI, tapi peneliti hanya mengambil 10 informan karena peneliti menyesuaikan kondisi lapangan, termasuk keterbatasan waktu penelitian, biaya yang peneliti miliki dan menurut peneliti dengan jumlah 10 informan sudah cukup untuk menjawab fokus penelitian secara maksimal. Dari wawancara singkat tersebut juga diketahui terdapat beberapa permasalahan pada kualitas layanan elektronik atau *electronic service quality (E-ServQual)* yang diberikan BSI seperti ; terjadinya transaksi macet (*fulfillment*), fitur bantuan yang kurang membantu masalah yang dialami nasabah (*responsiveness*), kurang memahami proses pengajuan klaim

(*compensation*), waktu memuat aplikasi yang lambat (*efficiency*), aplikasi *eror* seperti sering terjadinya gangguan teknis (*system availability*), berkurangnya kepercayaan nasabah setelah beredarnya berita tentang kebocoran data nasabah yang dialami BSI (*privacy*), dan fitur *live chat* yang kurang dapat menjawab keluhan nasabah (*contact*).

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi Mobile Banking BSI untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Gen Z di Jorong Lombok Nagari Ujung Gading)**". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan layanan aplikasi bank syariah di Indonesia

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Mobile Banking*

E-banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan maupun non-keuangan secara elektronik melalui perangkat digital.

berbagai jenis bentuk layanan digital bank.⁹ *Mobile banking* adalah layanan perbankan digital yang diakses melalui aplikasi khusus di ponsel dengan cakupan layanan yang lebih luas dan fitur interaktif lebih lengkap dibanding *SMS banking*. Layanan ini biasanya merupakan hasil kerja sama bank dengan operator seluler, yang memberikan kemudahan transaksi melalui kartu SIM GSM dengan program khusus. *Mobile banking* mempermudah nasabah dalam berbagai transaksi seperti transfer dana, cek saldo secara *real-time*, perubahan data akun, akses informasi nilai tukar, pembayaran tagihan berbagai jenis (kartu kredit, listrik, telepon, asuransi), serta pembelian pulsa isi ulang dan produk finansial lain seperti saham. *Mobile banking* memberikan fleksibilitas, keamanan, dan kecepatan bertransaksi langsung dari genggam tangan.

Di antara berbagai layanan tersebut, *mobile banking* menjadi bentuk *e-banking* yang paling dominan di era digital. Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan transfer, pembayaran tagihan, hingga belanja online langsung melalui ponsel. Registrasi yang terdaftar serta sistem

keamanan berlapis memastikan transaksi tetap aman sekaligus menjaga privasi. *Mobile banking* mendorong pergeseran menuju *cashless society*, di mana transaksi non-tunai semakin diutamakan. Selain memberikan kenyamanan, keberadaan layanan ini juga mengurangi ketergantungan pada kantor cabang fisik, sehingga mendukung efisiensi perbankan modern. Dengan hadirnya *mobile banking*, bukan hanya kenyamanan dalam bertransaksi yang diperoleh nasabah, tetapi juga terjadi perubahan positif dalam cara mereka berinteraksi dengan layanan perbankan. Hal ini secara nyata mendorong perbankan menuju era yang lebih efisien, modern, dan terintegrasi secara digital.¹⁰

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen kunci yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha, baik yang baru merintis usaha maupun yang telah lama berkecimpung dalam dunia bisnis. Kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan suatu layanan dalam memenuhi bahkan melampaui harapan serta kebutuhan konsumen. Suatu layanan dapat dinilai

⁹ Sri Hartono, dkk. Perbankan Dan Lembaga Keuangan: Teori, Praktik, Dan Inovasi. (Ponorogo: UMPO Press, 2024). hal 133-134.

¹⁰ Uly Handayani Mukhra, dkk. Mobile Banking dalam Persepsi Privasi Nasabah. (Banda Aceh : Syiah Kuala University Press, 2024). hal 1-6.

berkualitas apabila mampu menjawab sebagian besar ekspektasi pelanggan, sehingga menciptakan rasa puas dan menumbuhkan loyalitas terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir, tetapi juga mencakup proses interaksi antara penyedia layanan dan konsumen.¹¹

Tujuan utama dari penerapan kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi harapan pelanggan secara maksimal dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Pelanggan yang menerima layanan sesuai dengan harapan mereka cenderung merasa puas dan membangun rasa percaya yang kuat terhadap perusahaan. Pelayanan yang berkualitas dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan diterima dalam lingkungan bisnis tersebut. Hal ini menjadi langkah penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan menyeluruh, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, semakin besar peluang mereka untuk

menjadi pelanggan setia dalam jangka panjang.

3. *Electronic Service Quality (E-Servqual)*

Kepuasan nasabah menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas pengguna dalam menggunakan aplikasi secara berulang kali. Pengguna yang merasa puas dengan kualitas layanan digital akan cenderung memilih layanan tersebut kembali ketika menghadapi kebutuhan finansial lainnya, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.¹² Kembali pada pengertian *e-banking*, layanan ini didefinisikan sebagai penyediaan aktivitas perbankan melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai jenis transaksi secara fleksibel kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor cabang. Oleh karena itu, *E-banking* merupakan bagian penting dari layanan elektronik (e-service) yang menitikberatkan pada pemberdayaan konsumen melalui teknologi digital, dengan ketergantungan utama pada infrastruktur jaringan yang

¹¹ Ahmad Muflih Azam, dkk. Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan. (Bandung : Widina Media Utama, 2025). hal 122-132.

¹² Subur. Inovasi Dan Strategi Keuangan. (Yogyakarta : Deepublish, 2025)

handal dan aman untuk memastikan kelangsungan layanan.¹³

Electronic Service Quality (E-Servqual) adalah sebuah model yang dirancang secara menyeluruh untuk mengukur kualitas layanan elektronik berdasarkan pengalaman nyata pengguna saat berinteraksi dengan platform digital. Implementasi E-Servqual yang efektif akan memperkaya pengalaman pengguna sekaligus memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan di era digital yang semakin berkembang pesat. Model ini diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra pada tahun 2005. E-Servqual (*Electronic Service Quality*) difokuskan pada tujuh dimensi utama yaitu:¹⁴

- a) Pemenuhan (*fulfillment*), Indikator Pemenuhan (*fulfillment*) dalam model E-Servqual mengukur sejauh mana layanan elektronik (e-services) memenuhi harapan pengguna, terutama terkait dengan akurasi, ketepatan waktu, dan keandalan dalam menyediakan produk atau layanan yang dijanjikan. Pemenuhan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam

memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam AlQur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا
الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ
عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ٩١

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika

¹³ Dr. Edy Purwo Saputro, dkk. Digitalisasi Perbankan: Prospek, Tantangan & Kinerja. (Surakarta: Muppress, 2022). hal 104.

¹⁴ Aditya Wardhana. Service Quality & E-Service Quality In The Digital Edge – Edisi Indonesia. (Jawa Tengah : Eureka Media Aksara, 2024).

promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan pelanggan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan. Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

- b) Tanggapan (*responsiveness*), responsivitas mengukur seberapa cepat dan efektif layanan online merespons permintaan dan masalah pelanggan. Responsivitas ini termasuk waktu respons terhadap pertanyaan dan masalah serta efektivitas layanan pelanggan. Seberapa cepat dan efektif bank menanggapi masalah nasabah, misalnya ketika transaksi gagal, saldo terpotong, atau aplikasi mengalami *error*. Gen Z cenderung menginginkan respon cepat, baik melalui fitur *live chat*, *call center*,

atau media sosial resmi BSI. Jika tanggapan cepat diberikan, kepercayaan mereka terhadap aplikasi akan semakin kuat.

- c) Kompensasi (*compensation*), kompensasi berhubungan dengan bagaimana perusahaan menangani masalah dan kesalahan, termasuk tawaran kompensasi untuk ketidaknyamanan yang dialami pelanggan. Kompensasi ini mencakup pemberian kompensasi atau solusi ketika terjadi masalah dalam layanan elektronik, seperti pengembalian dana atau penggantian produk dan diskon.
- d) Efisiensi (*efficiency*), Indikator efisiensi (*efficiency*) dalam model E-Servqual mengukur sejauh mana layanan elektronik memungkinkan pengguna untuk dengan mudah dan cepat mengakses dan menggunakan layanan online. Fokus dari efisiensi adalah memberikan pengalaman pengguna yang mulus dan mudah, sehingga pengguna dapat menyelesaikan tugasnya tanpa kesulitan.
- e) Ketersediaan sistem (*system availability*), dimensi ini mengukur seberapa handal dan stabil sistem atau situs web. Indikator Ketersediaan

Sistem (*system availability*) dalam model E-Servqual mengukur sejauh mana layanan elektronik (e-services) dapat diakses oleh pengguna setiap saat tanpa gangguan teknis.

- f) Privasi (*privacy*), Indikator privasi (*privacy*) dalam model E-Servqual mengacu pada sejauh mana perusahaan melindungi informasi pribadi pelanggan dan menjaga kerahasiaan data mereka saat berinteraksi dengan layanan elektronik. Privasi menjadi semakin penting dalam *e-commerce* karena pelanggan sering memberikan informasi sensitif seperti alamat, nomor telepon, dan data pembayaran.
- g) Kontak (*contact*), kontak mengacu pada sejauh mana pelanggan dapat berinteraksi dengan perusahaan melalui berbagai saluran, seperti email, telepon, atau *live chat*, untuk mendapatkan dukungan atau informasi tambahan. Kemudahan nasabah Gen Z untuk menghubungi pihak BSI jika ada kendala. Semakin mudah akses komunikasi ini ditemukan di aplikasi, semakin besar rasa nyaman nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi dengan informan sebanyak 10 orang Gen Z di Jorong Lombok Nagari Ujung Gading. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif berupa informasi yang menggambarkan subjek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada di lapangan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis triangulasi yaitu dari tahap reduksi data yang merupakan tahap awal dalam proses analisis data yang melibatkan pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan-catatan lapangan. Setelah melalui tahap reduksi, data yang telah disederhanakan kemudian disajikan dalam bentuk penyajian data. Penyajian data ini merupakan cara untuk menampilkan informasi secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan dianalisis, biasanya menggunakan bentuk visual seperti grafik, matriks, jaringan, atau bagan. Tahap akhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan, yang umumnya

dilakukan melalui analisis isi dan analisis tema. Setelah berbagai data berhasil dikumpulkan dan disajikan, peneliti mengembangkan kesimpulan dengan menggunakan kerangka teori yang relevan, sehingga hasil penelitian tetap fokus pada permasalahan utama dan sejalan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sejak awal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam menganalisis kualitas pelayanan aplikasi *mobile banking* BSI, penelitian ini menggunakan teori E-Servqual (*Electronic Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra pada tahun 2005. Teori ini menekankan bahwa kualitas layanan elektronik ditentukan oleh sejauh mana layanan tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan. Dimensi-dimensi E-Servqual dalam penelitian ini meliputi:

1. Pemenuhan (*Fulfillment*)

Tabel 4.1 Pemenuhan (*Fulfillment*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)	1	2	20 %	6	60 %	2	20 %	-	-	-	-	10/100%
	2	1	10 %	8	80 %	1	10 %	-	-	-	-	10/100%
	3	1	10 %	3	30 %	5	50 %	1	10 %	-	-	10/100%
Total		4	13%	17	56,6%	8	26,6%	1	3,3%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa puas terhadap kualitas pelayanan elektronik yang disediakan oleh aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 17 informan atau 56,6% menyatakan puas, dan 4 informan atau 13% menyatakan sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa aplikasi telah memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal informasi saldo, ketersediaan fitur, dan kelancaran transaksi. Sementara itu, sebanyak 8 responden atau 26,6% memberikan tanggapan netral, yang mencerminkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang merasa layanan aplikasi belum sepenuhnya optimal, terutama dalam hal kecepatan atau kenyamanan penggunaan fitur yang disediakan. Sedangkan 1 responden atau 3,3% menyatakan tidak puas terhadap layanan yang diterima, yang menunjukkan adanya kendala atau pengalaman negatif terkait kelancaran transaksi selama menggunakan aplikasi.

2. Tanggapan (*Responsiveness*)Tabel 4.2 Tanggapan (*Responsiveness*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	4	-	-	1	10%	9	90%	-	-	-	-	10/100%
	5	3	30%	3	30%	3	30%	1	10%	-	-	10/100%
	6	-	-	-	-	6	60%	4	40%	-	-	10/100%
Total		3	10%	4	13,3%	18	60%	5	16,6%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z merasa netral terhadap kualitas layanan pada aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 18 informan atau 60% menyatakan netral, 4 informan atau 13,3% menyatakan puas, dan 3 informan atau 10% menyatakan sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa pihak bank cukup tanggap dalam merespons keluhan maupun pertanyaan melalui aplikasi. Namun, masih terdapat 5 informan atau 16,6% yang menyatakan tidak puas, terutama dalam hal kepuasan terhadap jawaban atau bantuan yang diterima. Ini menunjukkan bahwa meskipun fitur bantuan seperti *live chat* atau pusat bantuan mudah ditemukan dan digunakan, tetapi kualitas jawaban yang diberikan masih belum sepenuhnya memuaskan bagi semua nasabah Gen Z.

3. Kompensasi (*Compensation*)Tabel 4.3 Kompensasi (*Compensation*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Kompensasi (<i>Compensation</i>)	7	-	-	2	20%	6	60%	2	20%	-	-	10/100%
	8	-	-	-	-	9	90%	1	10%	-	-	10/100%
	9	-	-	-	-	10	100%	-	-	-	-	10/100%
Total		-	-	2	6,6%	25	83,3%	3	10%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa netral terhadap kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 25 informan atau 83,3% menyatakan netral karena tidak ada melakukan pengajuan klaim atau komplain serta tidak mengalami masalah secara langsung terkait kompensasi. Selain itu, sebanyak 2 informan atau 6,6% menyatakan puas, yang menunjukkan bahwa sebagian kecil pengguna merasa layanan kompensasi sudah baik dan sesuai harapan. Namun demikian, terdapat 3 informan atau 10% yang menyatakan tidak puas, khususnya dalam hal proses pengembalian dana yang dinilai kurang bisa dipahami, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi sebagian nasabah Gen Z.

4. Efisiensi (*Efficiency*)Tabel 4.4 Efisiensi (*Efficiency*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	10	1	10 %	6	60 %	3	30 %	-	-	-	-	10/100%
	11	4	40 %	3	30 %	2	20 %	1	10 %	-	-	10/100%
	12	3	30 %	4	40 %	2	20 %	1	10 %	-	-	10/100%
Total		8	26,6%	13	43,3%	7	23,3%	2	6,6%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa puas terhadap kualitas layanan aplikasi mobile banking BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 13 informan atau 43,3% menyatakan puas, dan 8 informan atau 26,6% menyatakan sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa aplikasi BSI mudah diakses, cepat digunakan, serta fitur-fiturnya mudah ditemukan, termasuk bagi pengguna yang kurang terbiasa dengan teknologi. Namun demikian, sebanyak 7 informan atau 23,3% memberikan tanggapan netral, dan 2 informan atau 6,6% menyatakan tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pengguna merasa aplikasi sudah cukup efisien, masih terdapat sebagian kecil pengguna yang merasa kurang nyaman terhadap aplikasi yang dirasa belum cukup cepat dan praktis dalam penggunaannya.

5. Ketersediaan Sistem (*System Availability*)Tabel 4.5 Ketersediaan System (*Sytem Availability*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Ketersediaan System (<i>Sytem Availability</i>)	13	-	-	4	40 %	4	40 %	2	20 %	-	-	10/100%
	14	5	50 %	2	20 %	3	30 %	-	-	-	-	10/100%
	15	-	-	5	50 %	4	40 %	1	10 %	-	-	10/100%
Total		5	16,6%	11	36,6%	11	36,6%	3	10%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa puas dan netral terkait aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, masing-masing sebanyak 11 informan atau 36,6% menyatakan puas dan 11 informan lainnya atau 36,6% menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa aplikasi cukup stabil saat digunakan, serta fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan sidik jari dianggap efektif dalam melindungi informasi pribadi dan keuangan mereka. Sebanyak 3 informan atau 10% memberikan tanggapan tidak puas, tanggapan ini mengindikasikan bahwa meskipun banyak yang merasa sistem sudah cukup aman dan berjalan baik, masih ada sebagian pengguna yang merasakan aplikasi kurang stabil karna adanya gangguan teknis atau masalah pada aplikasi.

6. Privasi (*Privacy*)Tabel 4.6 Privasi (*Privacy*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Privasi (<i>Privacy</i>)	16	1	10 %	4	40 %	5	50 %	-	-	-	-	10/100%
	17	1	10 %	7	70 %	1	10 %	1	10 %	-	-	10/100%
	18	1	10 %	5	50 %	3	30 %	1	10 %	-	-	10/100%
Total		3	10%	16	53,3%	9	30%	2	6,6%	-	-	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa puas terhadap kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 16 informan atau 53,3% menyatakan puas, dan 3 informan atau 10% menyatakan sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa informasi pribadi mereka aman saat menggunakan aplikasi, termasuk sistem login seperti PIN, OTP, dan sidik jari. Selain itu, sebanyak 9 informan atau 30% menyatakan netral, yang mengindikasikan bahwa masih ada sebagian pengguna yang belum sepenuhnya yakin terhadap perlindungan privasi data mereka, meskipun belum mengalami gangguan secara langsung. Sementara itu, 2 informan atau 6,6% menyatakan tidak puas, salah satunya karena merasa tidak nyaman terkait berita kebocoran data nasabah atau membandingkan keamanannya dengan

aplikasi perbankan lain yang dinilai lebih unggul.

7. Kontak (*Contact*).Tabel 4.7 Kontak (*Contact*)

Variabel	No	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	
Kontak (<i>Contact</i>)	19	-	-	8	80 %	1	10 %	1	10 %	-	-	10/100%
	20	1	10 %	1	10 %	6	60 %	1	10 %	1	10 %	10/100%
	21	1	10 %	-	-	9	90 %	-	-	-	-	10/100%
Total		2	6,6%	9	30%	16	53,3%	2	6,6%	1	3,3%	30

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa nasabah Gen Z cenderung merasa netral terhadap kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BSI. Dari total 30 tanggapan, sebanyak 2 informan atau 6,6% yang menyatakan sangat puas, 9 informan atau 30% menyatakan puas, dan 16 informan atau 53,3% menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa cukup terbantu dengan fitur-fitur komunikasi seperti informasi kontak layanan pelanggan, *live chat*, maupun kenyamanan berkomunikasi langsung melalui aplikasi. Sementara itu, 2 informan lainnya atau 6,6% menyatakan tidak puas, dan 1 informan atau 3,3% menyatakan sangat tidak puas. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum fitur komunikasi dianggap mudah digunakan, masih ada sebagian kecil

pengguna yang merasa fitur komunikasi khususnya fitur *live chat* yang dirasa kurang menjawab keluhan nasabah Gen Z yang belum berjalan dengan optimal sesuai harapan.

Tabel 4.7 Total Keseluruhan

Variabel	Sangat Puas		Puas		Netral		Tidak Puas		Sangat Tidak Puas		Total
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	
<i>Fulfillment</i>	4	13%	17	56,6%	8	26,6%	1	3,3%	-	-	30
<i>Responsiveness</i>	3	10%	4	13,3%	18	60%	5	16,6%	-	-	30
<i>Compensation</i>	-	-	2	6,6%	25	83,3%	3	10%	-	-	30
<i>Efficiency</i>	8	26,6%	13	43,3%	7	23,3%	2	6,6%	-	-	30
<i>Sytem Availability</i>	5	16,6%	11	36,6%	11	36,6%	3	10%	-	-	30
<i>Privacy</i>	3	10%	16	53,3%	9	30%	2	6,6%	-	-	30
<i>Contact</i>	2	6,6%	9	30%	16	53,3%	2	6,6%	1	3,3%	30
Jumlah Keseluruhan	25		72		94		18		1		210
Total Akhir	11,9%		34,2%		44,7%		8,5%		0,4%		

Dari hasil penelitian yang dipaparkan sebelumnya dapat diketahui secara keseluruhan dari 210 jawaban, terdapat 25 jawaban (11,9%) yang menyatakan kualitas pelayanan sudah sangat memuaskan, 72 jawaban (34,2%) menyatakan puas, 94 jawaban (44,7%) menyatakan bahwa layanan tersebut tidak terlalu bagus dan juga tidak terlalu buruk atau layanan yang diberikan tidak melebihi harapan juga mengecewakan, 18 jawaban (8,5%) menyatakan bahwa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka, 1 jawaban (0,4%) menyatakan bahwa layanan yang diberikan aplikasi ini

benar sangat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Pembahasan

Pada dimensi Pemenuhan (*Fulfillment*), nasabah menilai bahwa aplikasi *mobile banking* BSI sudah cukup baik dalam memberikan informasi saldo yang akurat dan menyediakan fitur perbankan sesuai kebutuhan. Namun, kelancaran transaksi masih menjadi kendala utama, karena sebagian responden mengalami gangguan teknis seperti transaksi gagal atau sistem lambat. Jika dikaitkan dengan teori E-Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra tahun 2005, dimensi *fulfillment* menekankan pentingnya layanan elektronik dalam memenuhi janji yang telah ditawarkan kepada pengguna. Dalam hal ini, aplikasi *mobile banking* BSI sudah bisa dibilang mampu memenuhi janji terkait penyajian informasi yang akurat dan fitur layanan yang berfungsi dengan baik, tetapi belum sepenuhnya konsisten dalam menjamin kelancaran transaksi. Artinya, kualitas layanan belum optimal karena belum mampu memenuhi keseluruhan ekspektasi nasabah Gen Z, terutama pada aspek teknis yang berhubungan langsung dengan pengalaman transaksi sehari-hari.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Syifa Fadliah dan Putra pada tahun 2024 yang berjudul *Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*. Menemukan bahwa nasabah Gen Z belum merasakan ketersediaan informasi yang memadai saat terjadi gangguan pada aplikasi, serta keakuratan janji layanan yang sesuai harapan mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *Fulfillment*, *mobile banking* BSI sudah berada pada jalur yang benar dalam menyediakan informasi dan fitur yang akurat serta berfungsi dengan baik, namun masih menghadapi tantangan serius pada kelancaran transaksi yang perlu segera dibenahi untuk mencapai kepuasan penggunaan aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Gen Z agar meningkat secara maksimal.

Selanjutnya, pada dimensi *Tanggapan (Responsiveness)*, nasabah Gen Z menilai bahwa fasilitas bantuan seperti *live chat* cukup mudah diakses, tetapi kualitas respon masih belum optimal. Beberapa nasabah menganggap jawaban yang diberikan lambat dan kurang sesuai dengan kebutuhan, sehingga kepuasan masih berada pada tingkat netral. Hal ini berbeda dengan Penelitian Pramatatya Resindra dan Elisabet pada tahun 2022

yang berjudul *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat*. Berdasarkan penelitiannya ketika pengguna mengalami masalah dalam transaksi cepat ditanggapi oleh *e-commerce*, dengan adanya respon dan tanggapan yang cepat dapat membuat konsumen merasa puas ketika menggunakan aplikasi. Tetapi sejalan dengan penelitian Syifa Fadliah dan Putra pada tahun 2024 yang berjudul *Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*, dimana penelitiannya mengungkapkan bahwa nasabah Gen Z Merasa tidak Puas dengan layanan *mobile banking* BSI karena menurut nasabah pihak bank kurang cakap dalam merespon masalah dan keluhan pengguna.

Generasi Z ini cenderung menuntut tanggapan instan dan solusi langsung, sehingga keterlambatan atau jawaban yang tidak memuaskan akan menurunkan kepercayaan mereka terhadap aplikasi. Parasuraman, dkk. menyebutkan bahwa layanan digital yang cepat dan akurat akan meningkatkan rasa percaya serta loyalitas pengguna. Hal ini memperlihatkan bahwa pihak BSI perlu memperbaiki kualitas tanggapan, baik dari sisi kecepatan maupun kualitas jawaban, agar pengalaman yang

dirasakan nasabah Gen Z dapat lebih optimal. Perbaikan pada aspek ini menjadi penting karena kecepatan respon merupakan salah satu faktor utama yang sangat menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah generasi digital seperti Gen Z.

Dimensi Kompensasi (*Compensation*) menunjukkan bahwa mayoritas informan bersikap netral, karena belum memiliki pengalaman langsung terkait pengembalian dana atau klaim akibat kegagalan transaksi. Prosedur klaim juga dirasa kurang jelas dan kecepatan penyelesaiannya belum optimal. Pernyataan ini sejalan dengan dengan Syifa Fadliah dan Putra tahun 2024 yang berjudul *Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*, dimana nasabah merasa kurang puas dengan penanganan masalah yang diberikan pihak bank. Maka dari itu meskipun fitur kompensasi ada, sosialisasi masih perlu diperkuat agar tingkat kepuasan nasabah Gen Z meningkat dan nasabah memiliki rasa aman yang lebih tinggi terhadap kebutuhan dalam bertransaksi sehari-hari.

Pada nasabah Generasi Z, aspek kompensasi memiliki makna penting karena generasi ini tumbuh di era digital yang sangat menginginkan kejelasan dan

kecepatan tanggapan. Keterlambatan dalam penanganan klaim atau ketidakjelasan prosedur dapat menurunkan tingkat kepercayaan mereka terhadap lembaga keuangan. Oleh karena itu, BSI perlu memperjelas alur dan waktu penyelesaian kompensasi, menyediakan pemberitahuan otomatis saat klaim diproses, serta menampilkan hasil penyelesaian secara jelas melalui aplikasi. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan rasa aman, tetapi juga memperkuat persepsi keandalan dan tanggung jawab BSI sebagai bank syariah modern yang berfokus pada kepuasan pelanggan.

Pada dimensi Efisiensi (*Efficiency*), hasil wawancara memperlihatkan bahwa aplikasi *mobile banking* BSI cukup mudah digunakan. Nasabah merasa fitur-fitur yang tersedia praktis untuk mendukung aktivitas transaksi. Sejalan dengan penelitian Elisa Purnawati pada tahun 2025 dengan judul *Pengaruh E-Service Quality pada BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah* yang menyatakan *mobile banking* BSI sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna karena mempermudah pengguna dalam mencari apa yang sedang dibutuhkan dan menyelesaikan transaksi dengan cepat. Akan tetapi, masih terdapat

sebagian kecil informan yang menilai tampilan antarmuka belum sepenuhnya ramah pengguna, sejalan juga dengan penelitian Ana Nabila Putri dan Fanni Husnul Hanifa tahun 2023 yang berjudul *Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022*, dimana pengguna merasa kesulitan dalam mengakses fitur pada aplikasi *mobile banking* BSI karena tampilan utama pada aplikasi terlalu penuh. Efisiensi aplikasi sudah baik, tetapi masih perlu penyempurnaan dari sisi desain dan performa teknis agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan *mobile banking* BSI.

Analisis pada dimensi Ketersediaan Sistem (*System Availability*) menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi dapat digunakan kapan saja dan relatif stabil. Sejalan dengan penelitian Syifa Fadliah dan Putra pada tahun 2024 yang berjudul *Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*, dimana nasabah Gen Z merasakan akses dan operasional aplikasi berjalan dengan lancar 24 jam serta kemudahan dan kecepatan dalam berpindah antar halaman aplikasi. Walaupun demikian, beberapa keluhan muncul terkait *error* dan *crash*

yang sesekali terjadi. Hal ini sejalan oleh penelitian oleh Ana Nabila Putri dan Fanni Husnul Hanifa tahun 2023 yang berjudul *Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022*, dimana pengguna aplikasi *mobile banking* BSI sering mengalami gangguan *error* atau *time out* sendiri sehingga harus menunggu 24 jam supaya transaksi kembali normal. Hal ini menegaskan bahwa ketersediaan sistem *mobile banking* BSI sudah cukup baik, namun peningkatan konsistensi tetap menjadi hal penting agar keandalan layanan semakin terjamin sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI untuk berbagai transaksi.

Dimensi Privasi (*Privacy*) memperoleh penilaian positif dari sebagian besar responden. Fitur keamanan seperti OTP, PIN, dan sidik jari dinilai memberikan kenyamanan dalam menjaga data pribadi. Sejalan dengan penelitian Eva Fa'izatul A'yun¹ dan Mariyah Ulfah dengan judul *Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo*, yang menyatakan walaupun masih terdapat beberapa tantangan, seperti keamanan transaksi, manfaat yang ditawarkan oleh

aplikasi ini jauh lebih besar. Meski demikian, masih ada tanggapan netral yang muncul karena nasabah belum sepenuhnya memahami bagaimana sistem keamanan bekerja. Selain itu, isu kebocoran data di masa lalu juga memengaruhi keraguan sebagian responden. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Syifa Fadliah dan Putra pada tahun 2024 yang berjudul *Analisi Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile* yang menyatakan bahwa nasabah belum mempercayai pihak bank untuk menjamin bahwa data dan identitas nasabah dan seluruh transaksi nasabah aman dan tidak dibocorkan kepada pihak luar yang tidak bersangkutan dengan nasabah. Oleh karena itu, BSI perlu terus memperkuat sistem keamanan, serta mengembangkan fitur-fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan pengguna agar meningkatkan efektivitas aplikasi *mobile banking* BSI di masa mendatang dan lebih meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

Terakhir, pada dimensi Kontak (*Contact*), mayoritas informan menyatakan bahwa kemudahan dalam menemukan informasi kontak layanan pelanggan di aplikasi *mobile banking* BSI sudah cukup baik. Nasabah dapat dengan mudah menemukan nomor *call center*, alamat e-

mail, dan tautan menuju fitur *live chat* di dalam aplikasi. Namun demikian, efektivitas fitur komunikasi tersebut masih dirasa kurang optimal. Beberapa informan menilai bahwa respon dari pihak layanan pelanggan sering kali lambat, bersifat umum, dan belum memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang mereka alami. Hal ini menimbulkan kesan bahwa interaksi antara nasabah dan pihak bank masih bersifat satu arah dan belum mampu memenuhi ekspektasi pengguna yang menginginkan bantuan cepat dan hasil penyelesaian yang jelas.

Sebagian besar nasabah juga belum memanfaatkan fitur komunikasi langsung secara maksimal, baik karena kurangnya sosialisasi maupun pengalaman sebelumnya yang kurang memuaskan. Akibatnya, persepsi terhadap kualitas layanan pada dimensi *contact* cenderung berada pada kategori netral. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sarana komunikasi telah tersedia, fungsi pelayanan nasabah melalui jalur kontak digital belum berjalan secara efektif dan belum memberikan pengalaman komunikasi yang baik serta mengarah pada penyelesaian masalah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nur Azizah dan Muhammad Rahmat

Hidayat tahun 2022 yang berjudul *Analisis E-Servqual terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi BSI Mobile*, yang menyatakan bahwa kualitas layanan BSI *mobile* masih belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah, khususnya dalam hal kecepatan tanggapan dan kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak bank. Pada pengguna Generasi Z, hal ini menjadi penting karena kelompok ini memiliki karakteristik yang menuntut komunikasi cepat, personal, dan berbasis teknologi. Keterlambatan respon atau solusi yang bersifat umum dapat menurunkan tingkat kepercayaan serta menghambat terbentuknya loyalitas jangka panjang.

Sehingga pihak BSI perlu memperkuat kualitas interaksi layanan pelanggan dengan pendekatan yang lebih adaptif dan mengarah pada penyelesaian permasalahan nyata. Pengembangan sistem bantuan otomatis berbasis *artificial intelligence* atau peningkatan pelatihan bagi *staf customer service* agar lebih tanggap dan memahami kebutuhan spesifik pengguna dapat menjadi strategi yang efektif. Selain itu, peningkatan kejelasan informasi dan kejelasan prosedur dalam penanganan keluhan juga penting agar nasabah merasa didengar dan dihargai.

Dengan demikian, layanan kontak BSI *mobile* tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan yang lebih dekat dan kepercayaan jangka panjang dengan nasabah, khususnya Generasi Z yang sangat sensitif terhadap kualitas interaksi digital

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking* BSI untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Gen Z di Jorong Lombok Nagari Ujung Gading), dapat disimpulkan :

Bahwa kualitas pelayanan aplikasi *mobile banking* BSI berada pada kategori netral. Hal ini karena sebagian besar informan memberikan jawaban netral pada hampir semua dimensi E-Servqual, dengan persentase total sebesar 44,7%. Artinya, meskipun sebagian nasabah Gen Z merasa puas terhadap kemudahan akses, keamanan sistem, serta kelancaran transaksi, namun masih terdapat pengalaman yang belum memuaskan nasabah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* BSI.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Gen Z perlu terus ditingkatkan agar dapat

benar-benar meningkatkan kepuasan nasabah. Upaya yang perlu dilakukan antara lain mempercepat respon layanan, meningkatkan kestabilan sistem, memperjelas mekanisme kompensasi, serta memperkuat kepercayaan terkait keamanan data. Dengan melakukan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, *mobile banking* BSI berpotensi menjadi aplikasi yang tidak hanya sekadar memadai, tetapi juga benar-benar mampu memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan nasabah Gen Z di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Eva Fa'izatul dan Mariyah Ulfah, *"Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo,"* Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah 3, no 1, (2025).
- Azam, Ahmad Muflih, dkk. *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan.* (Bandung : Widina Media Utama, 2025). hal 122-132.
- Azizah, Nur dan Muhammad Rahmat Hidayat, *"Analisis E-servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile".* Jurnal Ekonomi dan Sosial 7, no. 1, (2022).
- Erman, Sri Utari, *"Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bisnis Perbankan"*, Jom FISIP 2, no. 2 (2015): 1–15.
- Fadhliah, Syifa dan Purnama Putra, *"Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile,"* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 10, no. 3 (2024).
- Hartono, Sri, dkk. *Perbankan Dan Lembaga Keuangan: Teori, Praktik, Dan Inovasi.* (Ponorogo: UMPO Press, 2024). hal 133-134.
- Mukhra, Uly Handayani, dkk. *Mobile Banking dalam Persepsi Privasi Nasabah.* (Banda Aceh : Syiah Kuala University Press, 2024). hal 1-6.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2023).
- Putri, Ana Nabila dan Fanni Husnul Hanifa, *"Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022".* e-Proceeding of Applied Science 9, no. 2, (2023).

- Safarudin, Rizal, dkk, "*Penelitian Kualitatif*", Journal Of Social Science Research 3, no. 2, (2023).
- Saputro, Edy Purwo, dkk. Digitalisasi Perbankan: Prospek, Tantangan & Kinerja. (Surakarta: Muppress, 2022).
- Subur. Inovasi Dan Strategi Keuangan. (Yogyakarta : Deepublish, 2025).
- Wardhana, Aditya. Service Quality & E-Service Quality In The Digital Edge – Edisi Indonesia. (Jawa Tengah : Eureka Media Aksara, 2024).
- Widya, Pramatatya Resindra dan Elisabet, "Pengaruh E-service quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce di Kalimantan Barat," Journal Unimma, (2022).