



**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE*
TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNISMA DALAM
PENGUNAAN LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018 dan 2019)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Melinda Ramadhanti
NPM 21801083041



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai pengaruh Self Service Technology Yang meliputi Automatic Teller Machine / ATM (X_1), Internet Banking (X_2), Mobile Banking (X_3) terhadap kepuasan mahasiswa (Y), baik secara parsial maupun simultan (Y). Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019 dan Mahasiswa yang menggunakan minimal satu layanan Self-Service Technology (SST). Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian sebanyak 95 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kemudian dilakukan analisis menggunakan model statistik parametrik regresi linier berganda. Uji F dan uji t juga dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen baik secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah

Kata Kunci: Self-Service Technology (SST), Kepuasan Mahasiswa, Bank Syariah, Layanan Digital

ABSTRACT

This study aims to determine and assess the effect of Self Service Technology which includes Automatic Teller Machine/ATM (X1), Internet Banking (X2), Mobile Banking (X3) on student satisfaction (Y), either partially or simultaneously (Y). Respondents in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang class of 2018 and 2019 and students who used at least one Self-Service Technology (SST) service. The sampling technique used is purposive sampling. The sample in the study was 95 respondents. This study uses quantitative research with data collection techniques using questionnaires. Then the analysis was carried out using a multiple linear regression parametric statistical model. F-test and t-test were also carried out in this study to determine the effect of variables both simultaneously and partially on users of Islamic bank digital services

Keywords: *Self-Service Technology (SST), Students, Islamic Banks, Digital Services*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di era globalisasi saat ini semakin ketat yang ditandai dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi di kalangan masyarakat dan dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi akan memberikan pengaruh yang besar pada segala aspek kehidupan manusia. Kehadiran ekonomi digital dirasakan dengan adanya semakin maraknya bisnis dan perdagangan yang menggunakan internet sebagai media komunikasi dan hubungan antara perusahaan maupun individu. Kemajuan teknologi yang didorong oleh revolusi internet telah merubah wajah industri jasa keuangan yang mengarah pada perubahan layanan keuangan elektronik perubahan layanan ini terlihat pada hampir semua bentuk layanan keuangan seperti perbankan, asuransi maupun perdagangan saham dilakukan dengan memanfaatkan Media elektronik seperti internet dan *World Wide Web* (Rumondang et al., 2019). Inovasi di bidang teknologi mulai banyak diaplikasikan di berbagai macam kebutuhan serta aktivitas manusia apalagi dengan adanya internet memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai aktivitas yang berbasis digital di dunia maya.

Peran Teknologi Informasi menjadi aspek yang sangat penting mengingat semakin tinggi penggunaan perangkat gawai (*mobile device*) dan komputer sebagai media transaksi keuangan. Hal tersebut juga didukung dengan meningkatnya penggunaan jaringan internet di Indonesia yang diikuti

dengan perluasan pembangunan infrastruktur jaringan internet. Penggunaan Teknologi Informasi menjadi salah satu prasyarat dalam penyediaan jasa keuangan oleh Bank. Penggunaan Teknologi Informasi tersebut dapat dilakukan oleh Bank baik dengan pengembangan infrastruktur pendukung secara mandiri maupun melalui kerja sama dengan mitra Bank. Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi, Bank diharapkan dapat memberikan layanan kepada nasabah tanpa batasan tempat dan waktu, serta dengan biaya seminimal mungkin yang memberikan kenyamanan maksimal kepada nasabah sesuai dengan preferensi nasabah. Peningkatan penggunaan Teknologi Informasi dalam peningkatan layanan kepada nasabah secara personal mengarahkan Bank dalam suatu era baru yaitu era perbankan digital. Layanan kepada nasabah secara personal pada era perbankan digital dapat diwujudkan sejak hubungan usaha antara nasabah dengan Bank dimulai sampai dengan berakhir. Proses pembukaan rekening simpanan, eksekusi transaksi keuangan, hingga penutupan rekening simpanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi (Ojk, 2018).

Digitalisasi merupakan bentuk kemajuan peradaban dunia saat ini, dimana hampir seluruh aktivitas masyarakat sekarang beralih menggunakan media digital seperti transaksi jual beli, investasi dan lain sebagainya. Khususnya di bidang keuangan yang mana semua dilakukan dengan sistem informasi teknologi. Perkembangan teknologi informasi berbasis system, memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap proses bisnis di industri perbankan.

Saat ini dunia perbankan berlomba-lomba dalam mengembangkan produk maupun layanan berbasis teknologi. Layanan perbankan dengan sentuhan digitalisasi seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking*, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran, sampai dengan produk digital dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan perbankan untuk kemudahan para nasabahnya. *Automatic Teller Machine (ATM)*, *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dalam perkembangannya dikenal sebagai *Self-Service Technology (SST)* di sektor perbankan.

Dalam penggunaan layanan digital masyarakat cenderung menggunakan layanan digital karena lebih mudah dan aman dalam melakukan transaksi secara non tunai dari pada datang secara langsung ke bank. Nasabah terutama mahasiswa dalam penggunaan layanan digital menjadi bagian yang sangat penting untuk kehidupan mahasiswa. Hal ini didukung dengan fakta bahwa tidak sedikit mahasiswa yang merantau ke berbagai daerah untuk berkuliah. Saat ini banyak kampus yang bekerja sama dengan bank terutama kampus Universitas Islam Malang untuk memudahkan pengelolaan keuangan seperti pembayaran SPP, sehingga mahasiswa tidak perlu datang ke bank langsung dan hanya dengan menggunakan perangkat *mobile* untuk melakukan transaksi.

Digitalisasi layanan perbankan seperti *e-banking* merupakan salah satu inovasi layanan dari bank dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mana telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah demi memudahkan para nasabah dalam melakukan

transaksi. Dengan adanya keberadaan *e-banking* menunjukkan upaya yang telah diberikan oleh bank dalam meningkatkan kualitas dari layanan bank. Layanan secara prima yang diberikan kepada nasabah merupakan suatu keharusan agar perusahaan perbankan tidak mengalami pergeseran dari pesaing bisnisnya.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kotler dan Keller, mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan (Kotler & Keller, 2016:144).

Sedangkan Freddy Rangkuti, mengatakan bahwa tidak ada gunanya produk yang berkualitas jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan yang baik. Sebaliknya, layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa (Rangkuti, 2013:8).

Lin dan Hsieh (2006) mengemukakan bahwa kualitas layanan *Self-Service Technology (SST)* yang dirasakan oleh pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan SST dan niat perilaku SST. Demikian juga Iqbal, Hassan dan Habibah (2017) berdasarkan hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan SST dan niat perilaku pelanggan. Namun

hasil penelitian tersebut diujikan kepada pelanggan umum para pengguna *Self-Service Technology (SST)* sebagai objek penelitiannya.

Self-Service Technology (SST) merupakan suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung pada karyawan. Konsep *Self-Service Technology (SST)* dapat muncul di era saat ini karena para pelaku bisnis atau perusahaan menginginkan sebuah hal yang baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. SST dapat diterapkan disemua bidang bisnis selama perusahaan mampu untuk menyediakan apa yang dibutuhkan dalam implementasinya dan teknologinya ada dipasaran (Sasongko, 2020).

Layanan *Self-Service Technology (SST)* diharapkan dapat mempermudah dan tidak membatasi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara real time yang dapat dilakukan secara mandiri. Layanan perbankan saat ini berlomba-lomba dalam melakukan transformasi dalam menerapkan teknologi di setiap layanannya kepada nasabah untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan berupaya dalam memberikan kemudahan serta pengalaman terbaik untuk nasabah.

Tuntutan kepuasan pelanggan adalah hal yang lumrah dalam dunia bisnis terutama dalam bidang jasa (Khaliq, 2018). Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan semakin tingginya tingkatkepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Bank-bank syariah wajib memberi pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaingnya untuk menciptakan kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini diharapkan *Self-Service*

Technology (SST) dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah terutama mahasiswa agar dapat memudahkan dalam melakukan transaksi sehari-hari tanpa perlu membuang waktu mengantri ke bank.

Berdasarkan dari uraian diatas, penelitian ini bermaksud untuk lebih mencermati lebih lanjut tentang layanan fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah layanan fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah?
2. Apakah layanan fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah?
3. Apakah layanan fasilitas *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah?

4. Apakah layanan fasilitas *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Internet Banking* terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah

Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Dari segi teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta wawasan pengetahuan bagi para pelajar maupun mahasiswa dan masyarakat mengenai pengaruh pelayanan digital perbankan melalui *self service teknologi* yang meliputi fasilitas *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking*

terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digita bank syariah

2. Secara Praktis

- a. Manfaat bagi masyarakat Penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai digitalisasi perbankan dan tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan. Dari penelitian ini masyarakat juga dapat mempertimbangkan layanan digital apa yang akan digunakan untuk memudahkan dalam bertransaksi di bank tersebut sesuai dengan keinginan dan kegunaannya
- b. Manfaat bagi Bank Syariah yaitu dapat dijadikan koreksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan digital *self service technology*, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya untuk memperoleh tingkat kepuasan yg baik bagi mahasiswa dan masyarakat
- c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan digitalisasi perbankan melalui *self service technology* yaitu dengan fasilitas *Automatic Teller Machine, Mobile Banking dan Internet Banking*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM), *Internet Banking* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2018 dan 2019 dalam penggunaan layanan digital bank syariah. Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variabel independen yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1), *Internet Banking* (X2) dan *Mobile Banking* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa (Y) dengan nilai signifikan dari hasil uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) didapatkan t hitung sebesar 3,070 dengan nilai signifikansi 0.003. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Internet Banking* (X2) didapatkan t hitung sebesar 3,588 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, *Internet Banking* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Mobile Banking* (X3) didapatkan t hitung sebesar 3,395 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, *Mobile Banking* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat banyak variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel *Automatic Teller Machine* (ATM), *Internet Banking* dan *Mobile Banking* sebagai variabel independen dan Kepuasan Mahasiswa sebagai variabel dependen.
2. Dalam penelitian ini ruang lingkup yang digunakan masih terbatas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019 sehingga generalisasi yang sempit.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti Etika pemasaran (Sari et al 2019), Peningkatan Layanan (Marlina dan Bimo 2018), Perilaku Nasabah (Dharmawan 2018) dan variabel lainnya agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan ruang lingkup yang lebih luas misalnya meneliti dengan ruang lingkup Universitas, Fakultas lain, Masyarakat, agar hasil riset yang didapatkan mendapatkan daya generalisasi yang tinggi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhiputra, M. W. (2015). *Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking*. 2(1), 52–63.
- Bi. (2018). *KARTU ATM/DEBET*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Kartu-ATM-Debet.aspx>
- Chusna, M. S. (n.d.). *Skripsi: “Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Capem Tulungagung”*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014), hlm 61.
- Islam, E., Ekonomi, F., Universitas, I., Pos, K., Perbankan, J., Fakultas, S., Islam, E., & Djuanda, U. (2015). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP INTERNET BANKING FACTORS AFFECTING THE INTERESTS OF CUSTOMERS OF INTERNET BANKING Mislah Hayati Nasution*. 1, 62–73.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu.
- Latumaerissa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga keuangan lain*. SalembaEmpat.
- Mudir, A., Islam, L. H.-M. J. E., & 2021, undefined. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal.Yudharta.Ac.Id*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Mutiasari, A. I. (2020). *PERKEMBANGAN INDUSTRI PERBANKAN DI ERA DIGITAL*. *Jurnal.Usahidsolo.Ac.Id*, IX(2). <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/IAB/article/view/541>
- Ojk. (n.d.). *Penjelasan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*. [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK 12-2018.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK%2012-2018.pdf)
- Prayitno, D. (2009). *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. ANDI.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Puspitadewi, I. (2019). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Manajemen Dan Bisns Indonesia*, 5(2), 247–258.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Effendy, F., Simarmata, J., & Agustin, T. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*.

- Sasongko, J. (2020). *Self Service Technology Jadi Solusi Alternatif di Tengah Pandemi*. <https://www.sonora.id/read/422411039/self-service-technology-jadi-solusi-alternatif-di-tengah-pandemi>
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfa Beta Sugiyono.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi dan Praktis*. PT Indeks.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Andi offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Penerbit ANDI.
- Umam, K., & Utomo, S. B. (2017). *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Usanti, T. P., & Somad, A. (2013). *Transaksi Bank Syariah*. PT. Bumi Aksara.
- Vyctoria. (2013). *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding* (ANDI (Ed.)).
- Wicaksono, B. S. (2015). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2).
- Wilarjo, S. B. (2014). Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Igarss 2014*, 2(1), 1–5.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.