

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya mengenai analisis e-service quality aplikasi BNI Mobile Banking untuk kepuasan nasabah pada PT BNI KCP Unand maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

Aplikasi BNI Mobile Banking adalah aplikasi yang dapat mempermudah nasabah melakukan transaksi pembayaran. Aplikasi ini sudah berkembang sejak tahun 2007 dan BNI telah memperkenalkan layanan m-banking. Layanan m-banking ini membantu nasabah yang ingin membuka rekening tanpa harus ke bank yang bisa dilakukan dimana dan kapan saja. BNI Mobile Banking menyediakan layanan dengan berbagai fitur seperti, transfer antar rekening, transaksi informasi saldo, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lain-lain. Aplikasi BNI Mobile Banking saat ini sudah bisa diakses dimanapun dan kapanpun melalui media digital seperti, handphone. Nasabah tidak perlu lagi datang langsung ke kantor BNI untuk mendapatkan layanan yang disediakan oleh BNI.

Dengan adanya aplikasi BNI *m-banking* ini, tidak mempersulit nasabah untuk melakukan transaksi pembayaran, oleh karena itu nasabah tidak perlu lagi ke kantor atau outlet BNI. Kepuasan nasabah sangat penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Kepuasan nasabah adalah perilaku seseorang yang dapat mendorong pembelian berulang dan meningkatkan citra perusahaan.

Dari teori service performance seperti reliability, responsive, assurance, empathy, dan tangibles sangat berpengaruh untuk kepuasan nasabah dapat dikatakan bahwa teori service performance akan memberikan dampak positif yang baik bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan Aplikasi BNI Mobile Banking di tempat kerja PT. BNI KCP Unand secara digital sudah baik. Namun, harus ditingkat lagi supaya nasabah puas terhadap *E-Service Quality* Aplikasi BNI Mobile Banking di PT. BNI KCP Unand. Dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi tolak ukur sejauh mana PT. BNI KCP Unand meningkatkan kualitas pelayanan kepada setiap nasabah.

Dari mulainya penggunaan Aplikasi BNI Mobile Banking pada Desember tahun 2020 hingga saat ini masih memiliki beberapa kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. BNI diantaranya, sistem aplikasi belum sempurna (error system), literasi digital masyarakat masih rendah yang memahami teknologi digital, dan kurang maksimalnya sosialisasi. Bila hal ini terjadi, para nasabah tidak perlu cemas, sebab PT. BNI sudah memiliki jalan keluar yakni bisa dilakukan secara manual atau langsung ke bank.

Solusi dari permasalahan tersebut adalah perusahaan perlu sesekali memantau dan memperbaiki sistem seiring berkembangnya teknologi agar permasalahan eror bisa diatasi, solusi selanjutnya dalam literasi digital masyarakat yang masih rendah dalam teknologi perusahaan perlu mengedukasi masyarakat dan membuat media edukasi literasi digital seperti media buku, brosur, dan website yang berisikan informasi mengenai literasi secara digital. Solusi terakhir untuk kurang maksimalnya sosialisasi, perusahaan perlu meningkatkan sosialisasi tersebut dengan konsisten sesuai rencana

yang telah disusun perusahaan seperti meningkatkan sosialisasi edukasi yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang produk atau layanan perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Pihak PT. BNI KCP UNAND perlu memantau dan memperbaiki sistem jika terjadi eror sehingga tidak mempersulit nasabah untuk melakukan transaksi di aplikasi BNI Mobile Banking. PT. BNI KCP UNAND juga perlu menyempurnakan aplikasi seiring berkembangnya teknologi.
2. Pihak BNI memberikan arahan dan bantuan bagi nasabah usia lanjut agar tetap mendapatkan layanan dari aplikasi BNI Mobile Banking, dan juga nasabah dengan usia lanjut dapat mengakses aplikasi ini dimanapun dengan bantuan dari keluarganya. Pihak BNI perlu membuat media edukasi literasi digital seperti media buku, brosur, dan website yang berisikan informasi mengenai literasi digital untuk mengedukasi masyarakat.
3. Pihak BNI KCP UNAND dapat memberikan penambahan iklan dan media digital dalam meningkatkan sosialisasi dengan konsisten sesuai rencana yang telah disusun perusahaan seperti meningkatkan sosialisasi edukasi yang bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang produk atau layanan perusahaan.