

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 6, July 2024, Halaman 524-529
Licensed by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.12162455)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12162455>

Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality BRI KCP KM 12

M. Abin Prayuda¹, Muhammad Kadafi²

¹²Sains dan Teknologi, Sistem Informasi, UIN Raden Fatah, Palembang
Email korespondensi: abincgc12@gmail.com¹, kadafi_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak

Penggunaan internet dan mobile banking di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan memberikan dampak positif bagi pengguna. Salah satu aplikasi mobile banking yang populer adalah BRImo dari Bank BRI. Bank BRI merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang terus berinovasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. BRImo merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan perbankan, seperti transfer, pembayaran, dan pembelian. Adapun permasalahan dari penelitian ini dikarenakan sistem sering terjadi error dan Berdasarkan banyak respon dari pengguna terhadap aplikasi. Pengguna juga memberikan respon positif maupun Respon negatif berupa keluhan yang diberikan oleh pengguna yaitu salah satunya kecepatan akses saat menggunakan aplikasi BRImo. Pengguna juga merasa kecewa pada aplikasi sehingga minat untuk menggunakan aplikasi berkurang. Dikarenakan masih terdapat beberapa keluhan dan rating yang kurang memuaskan, perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan pengguna ini guna mengetahui seberapa tinggi kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo, dan Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo menggunakan Mobile Service Quality dengan metode CSI pada Bank BRI KCP KM 12 Palembang. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan responden sebanyak 100 orang pengguna aplikasi BRImo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo sebesar 56,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup puas dengan layanan aplikasi BRImo. Dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah dimensi kemudahan penggunaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, Bank BRI perlu terus meningkatkan kualitas layanan aplikasi BRImo, terutama pada dimensi keamanan dan keandalan. Selain itu, Bank BRI juga perlu meningkatkan promosi aplikasi BRImo agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci: *Mobile banking, BRIMO, CSI, Kepuasan Pengguna*

Article Info

Received date: 30 May 2024

Revised date: 7 June 2024

Accepted date: 13 June 2024

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan teknologi informasi terus meningkat, mendorong digitalisasi di berbagai sektor bisnis dan peningkatan signifikan pengguna internet di Indonesia. Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan jumlah pengguna internet menjadi peluang bagi sektor perbankan untuk meningkatkan layanan kepada nasabah melalui produk-produk berbasis teknologi yang memungkinkan transaksi keuangan tanpa batasan waktu dan tempat. Perbankan memiliki peran penting dalam pembangunan negara dan sebagai alat pemerintah untuk menjaga stabilitas ekonomi dan keuangan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lain guna meningkatkan taraf hidup masyarakat luas.

Mobile banking adalah salah satu layanan perbankan yang menyediakan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja melalui internet dan smartphone. Seperti ATM (Automatic Teller Machine), mobile banking memungkinkan nasabah untuk mengecek saldo, mentransfer dana antar rekening, hingga membayar tagihan dari rekening bank mereka. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh nasabah dari layanan ini. BRImo, atau BRI Mobile, adalah layanan dari Bank Rakyat Indonesia yang dirancang untuk memudahkan transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan sekaligus meningkatkan kualitas layanan berbasis teknologi dan informasi. BRImo menawarkan fitur-fitur yang berkualitas untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Fitur-fitur ini meliputi layanan informasi, transaksi, dan komunikasi.

Namun, meskipun menawarkan banyak kemudahan, masih terdapat sejumlah keluhan dari nasabah terkait fitur-fitur layanan BRImo. Meskipun aplikasi BRImo memiliki rating 4,9 dari 5 bintang, pengguna masih menyampaikan respon negatif berupa keluhan seperti kegagalan transaksi dan saldo yang tetap terdebit meski transaksi gagal. Keluhan ini mencerminkan ketidaksesuaian antara harapan nasabah dan realitas layanan yang diterima, yang berdampak pada kepercayaan nasabah dan kepuasan mereka terhadap BRImo.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan variabel atau kondisi sebagaimana adanya. Proses penelitian ini meliputi beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, tinjauan literatur, pembuatan kuesioner, pengumpulan data, analisis data, evaluasi, dan akhirnya menghasilkan temuan penelitian. Langkah-langkah yang diambil dalam penelitian ini dapat dilihat pada langkah langkah berikut:

Tahapan Penelitian

Tahap 1: Identifikasi Masalah

Tahap ini dilakukan untuk menentukan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, masalah yang akan diteliti adalah tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo. Masalah ini muncul karena berdasarkan keluhan dari pengguna BRImo, seperti kesulitan saat perekaman wajah 8 detik dan sering terjadi eror. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan oleh BRI untuk meningkatkan kepuasan pengguna BRImo.

Tahap 2: Studi Literatur

Tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan literatur yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, literatur yang dikumpulkan meliputi literatur tentang kepuasan pelanggan, mobile banking, dan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Literasi tentang kepuasan pelanggan membahas tentang konsep kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan metode pengukuran kepuasan pelanggan. Literatur tentang mobile banking membahas tentang konsep mobile banking, manfaat mobile banking, dan tantangan mobile banking. Literatur tentang metode Customer Satisfaction Index (CSI) membahas tentang konsep CSI, cara menghitung CSI, dan kelebihan dan kekurangan CSI.

Tahap 3: Penyusunan Kuesioner

Tahap ini dilakukan untuk menyusun kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan dimensi-dimensi Mobile Service Quality yang telah dimodifikasi agar sesuai dengan objek yang diteliti dalam penelitian ini.

Tahap 4: Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi BRImo yang berdomisili di sekitar km 12 Palembang. Kuesioner tersebut disebarluaskan secara online melalui Google Form.

Tahap 5: Analisis Data

Tahap ini dilakukan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI).

Tahap 6: Hasil Penelitian

Tahap ini dilakukan untuk menyajikan hasil analisis data. Dalam penelitian ini, hasil analisis data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi.

1. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metrik penting dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan suatu perusahaan. Dihitung melalui survei terstruktur, CSI menghimpun persepsi pelanggan terhadap berbagai aspek, seperti kualitas, harga, kemudahan penggunaan, dan layanan pelanggan.

Tujuan utama pengukuran CSI adalah untuk memahami bagaimana pelanggan memandang produk atau layanan perusahaan, membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis.

Manfaat CSI bagi perusahaan antara lain:

- a. Pemahaman Kepuasan Pelanggan: Mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

- b. Meningkatkan Loyalitas dan Retensi Pelanggan: Meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan.
- c. Meningkatkan Daya Saing Perusahaan: Meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Metode pengukuran CSI yang umum digunakan antara lain:

- a. Survei: Survei online, tatap muka, atau telepon untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif.
- b. Wawancara: Wawancara mendalam untuk eksplorasi lebih dalam tentang pengalaman dan persepsi pelanggan.
- c. Analisis Keluhan Pelanggan: Analisis jumlah dan jenis keluhan pelanggan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditangani.
- d. Ulasan Pelanggan: Ulasan di media sosial dan situs web untuk memantau sentimen publik.

Hasil pengukuran CSI dianalisis dengan berbagai cara, seperti:

- a. Perbandingan dengan Rata-rata Industri: Membandingkan nilai CSI dengan rata-rata industri untuk memahami posisi perusahaan dalam persaingan.
- b. Analisis Segmen Pelanggan: Melihat nilai CSI di berbagai segmen pelanggan untuk mengidentifikasi segmen mana yang paling puas.
- c. Analisis Tren dari Waktu ke Waktu: Melacak nilai CSI dari waktu ke waktu untuk memantau kemajuan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam jurnal "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality (M-S-Qual) Dengan Metode CSI Pada Bank BRI KCP KM 12" adalah kuesioner yang dirancang berdasarkan dimensi Mobile Service Quality (M-S-Qual). Kuesioner ini mencakup pertanyaan yang menilai berbagai aspek kualitas layanan mobile, seperti efisiensi, keandalan, responsivitas, dan privasi. Setiap item dalam kuesioner. Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna dari sangat tidak puas hingga sangat puas. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner ini kemudian dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur dan mengevaluasi kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRIMO. Kuesioner ini disebarluaskan melalui Google Form, dan responden diminta untuk mengisi tautan yang telah diberikan, memilih jawaban yang sesuai. Jawaban tersebut menggunakan skala Likert yang mencakup opsi: Tidak Puas, Kurang Puas, Cukup Puas, Puas, dan Sangat Puas. Hal ini dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Kuesioner (Instrumen Penelitian)

Variabel	Dimensi	Pertanyaan
	Efficiency (X1)	Aplikasi BRIMO memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat Aplikasi BRIMO memungkinkan memuat halaman dengan cepat
	Fulfillment (X2)	Layanan BRIMO dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah Aplikasi BRIMO dapat diakses kapan saja dan dimana saja saat membutuhkannya
	Contact (X3)	Aplikasi mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi di situs lain Informasi yang disajikan pada aplikasi BRIMO update Proses transaksi pada aplikasi BRIMO berjalan dengan cepat seperti transfer, pembayaran dan lainnya Agen layanan aplikasi BRIMO menawarkan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi
	Privacy (X4)	Aplikasi BRIMO melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna Aplikasi BRIMO melindungi informasi tentang transaksi yang terjadi di aplikasi M-banking
	Responsive (X5)	Aplikasi mobile menyediakan kontak admin untuk dihubungi BRIMO memberikan opsi mudah untuk pengembalian barang (apabila transfer gagal, adanya pengembalian uang ke aplikasi

Independen (X)	yang cepat)
	Tampilan layanan BRIMO menggunakan skema tata letak yang efektif
Kepuasan (Y)	Saya merasa puas dengan seluruh layanan dan fitur-fitur yang diberikan pada aplikasi BRIMO
Dependen (Y)	Anda berminat merekomendasikan layanan BRIMO kepada orang lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Uji analisis statistik deskriptif untuk memperlihatkan variabel pada penelitian. Pada Tabel 2 berikut ini menampilkan hasil analisis Statistik Kuisisioner.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Profil	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	41	41%
Laki-Laki	59	59%
Usia		
17-25	57	57%
26-35	19	19%
35-40	24	24%
Pekerjaan		
Pelajar	6	6%
Mahasiswa	41	41%
Pegawai Negri	14	14%
Karyawan Swasta	18	18%
Wiraswasta	10	10%
Ibu Rumah Tangga	6	6%

Tabel diatas menunjukkan data profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi item-total. Setiap item dalam kuesioner diuji terhadap skor total untuk memastikan bahwa masing-masing item benar-benar mengukur dimensi kepuasan yang dimaksud. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai korelasi yang signifikan dan memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRIMO.

Tabel 3. Uji Validitas

Butir pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
X1	0.898	0,199	Valid
X2	0.910	0,199	Valid
X3	0.956	0,199	Valid
X4	0.973	0,199	Valid

X5	0.907	0,199	Valid
X6	0.944	0,199	Valid
X7	0.849	0,199	Valid
X8	0.935	0,199	Valid
X9	0.901	0,199	Valid
X10	0.793	0,199	Valid
X11	0.911	0,199	Valid
X12	0.874	0,199	Valid
X13	0.900	0,199	Valid
Y1	0.839	0,199	Valid
Y2	0.839	0,199	Valid

Hasil Perhitungan Tingkat kepuasan Kuesioner menggunakan csi

Perhitungan data Customer Satisfaction Index (CSI) hanya dapat dilakukan setelah mencapai jumlah responden yang ditargetkan, yaitu 100 responden di BANK BRI KCP KM 12. Perhitungan menggunakan metode CSI diharapkan mampu mengukur tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi BRImo berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, nilai CSI diklasifikasikan ke dalam lima kategori kepuasan, mulai dari Sangat Tidak Puas hingga Sangat Puas. Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) ditampilkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Butir Pertanyaan	MIS	MSS	WF	WS
X1	4.05	4.05	6.64	26.89
X2	4.07	4.07	6.67	27.16
X3	4.07	4.07	6.67	27.16
X4	4.04	4.04	6.62	26.76
X5	4.03	4.03	6.61	26.62
X6	4.06	4.06	6.66	27.02
X7	4.08	4.08	6.69	27.29
X8	4.05	4.05	6.64	26.89
X9	4.09	4.09	6.70	27.42
X10	3.99	3.99	6.54	26.10
X11	4.10	4.10	6.72	27.56
X12	4.09	4.09	6.70	27.42
X13	4.07	4.07	6.67	27.16
Y1	4.11	4.11	6.74	27.69
T2	4.10	4.10	6.72	27.56
Total	61.00			406.69

Tabel 8. Kriteria Tingkat Kepuasan

NO.	Nilai CSI (%)	Keterangan
1.	81% - 100%	Sangat Puas
2.	66% - 80.99%	Puas
3.	51% - 65.99%	Cukup Puas
4.	35% - 50.99%	Kurang Puas
5.	0 – 34.99%	Tidak Puas

Berdasarkan hasil akhir dari perhitungan metode Customer Satisfaction Index (CSI), diperoleh Indeks Kepuasan Pengguna sebesar 56,8%. Angka ini menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup puas dengan layanan yang disediakan oleh aplikasi BRIMO.

SIMPULAN

Pada perhitungan metode Customer Satisfaction Index (CSI) didapatkan nilai hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 56,8%, jika dilihat menurut skala CSI hasil tersebut dikategorikan bahwa pelanggan merasa “cukup puas” terhadap layanan BRImo secara keseluruhan. Hasil perhitungan kepuasan pelanggan tersebut berdasarkan pada perspektif pengguna BRImo di Bank BRI KCP km 12. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh, maka saran dari penelitian ini adalah pihak Bank BRI perlu melakukan perbaikan kualitas pelayanan, khususnya terhadap atribut-atribut yang memiliki tingkat kepuasan yang paling rendah dan atribut yang memiliki skor kepentingan yang paling tinggi. Hal tersebut perlu dilakukan demi tercapainya kepuasan pengguna yang lebih baik kedepannya.

REFERENSI

- Y. Oktapiani, M. Rosario, and A. Nehemia, “Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM),” *Ilm. Mhs. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 3, pp. 249–260.
- singasatia dayan marselina lusiana, kaniawulan ismi, “ANALISIS KESUKSESAN APLIKASI BRIMO DENGAN PENDEKATAN MODEL DELONE AND MCLEAN,” *J. Inform. Teknol. dan sains*, vol. 4, no. 3, pp. 193–198.
- A. Nuriyana and A. Hermawansyah, “Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang pada Aplikasi Shopee Indonesia,” *J. Impresi Indones.*, vol. 1, no. 4, pp. 414–424.
- R. K. Umam, N. P. Hariastuti, I. Teknologi, and A. Tama, “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa),” *Pros. Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap.*, vol. 0, no. 0, pp. 339–344, 2018.
- A. Mandiri, E. Yanto, and E. Metekohy, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo),” *Account*, vol. 8, no. 1, pp. 1423–1430.
- Febrian Dhiya Ulhaq, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP LAYANAN APLIKASI BRImo MENGGUNAKAN M SQUAL DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN POINT GAIN IN CUSTOMER VALUES (PGCV),”
- D. Tarigan and K. D. Hartomo, “Evaluasi Keamanan Fitur Tarik Tunai Cardless pada Aplikasi BRImo Menggunakan PIECES,” vol. 19, no. 2, pp. 153–166.
- P. Ayu Titha Paramita Pika, K. Darmaastawan, and J. Indira Dewiningrat, Ayu Jacob Paul Latupeirissa, “Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (Brimo) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sesetan, Denpasar,” *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 22, no. 22, pp. 1–13.
- A. A. Trinoto and A. Zamakhsari, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Pelayanan Pelanggan dengan Metode CSI dan ServQual,” *STRING (Satuan Tulisan Ris. dan Inov. Teknol.*, vol. 5, no. 3, p. 342
- A. F. I. H. dkk Widya Indah Maghfiroh, “PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA BRI MOBILE (BRImo),” *SENTRI J. Ris. Ilm.*, vol. 1, no. 3, pp. 17–34.
- D. N. Teddy Chandra, “Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Method in ‘Jakarta’ Optical Pekanbaru,” *Teddy Chandra, Novia Devy*, vol. 7, no. 2, pp. 125–139.