

ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN INTERNET BANKING BANK BUKOPIN DENGAN METODE FUZZY E-SERVQUAL, IPA, DAN USULAN PERBAIKAN DENGAN METODE QFD

Mutiara Erliza Erwin, Susatyo Nugroho W.P.

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH. Semarang 50239

Telp. (024) 7460052

Email : mutiaraerliza@gmail.com, nwp.susatyo@gmail.com

Abstrak

Saat ini persaingan antar bank semakin kompetitif, maka Bank Bukopin harus memikirkan strategi yang tepat guna untuk memenangkan persaingan tersebut. Hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang ditentukan oleh kualitas barang atau jasa. Kendalanya ada keluhan nasabah pada pelayanan internet banking Bukopin, yaitu mengenai keakuratan bertransaksi, kecepatan menyelesaikan masalah online, informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh, dan kemudahan mengakses website internet banking. Selain itu, peringkat internet banking Bukopin pada Bank Service Excellence Monitor mengalami penurunan. Pada penelitian ini, kualitas pelayanan internet banking diukur dengan menggunakan metode Fuzzy E-Servqual, IPA, dan QFD. E-Servqual digunakan untuk melihat kesenjangan antara expected dan perceived nasabah. Sedangkan, teori fuzzy digunakan untuk mengurangi ketidakpastian responden dalam memberikan suatu penilaian. Untuk mengetahui variabel-variabel yang diprioritaskan oleh nasabah dilakukan penentuan IPA dan usulan perbaikan diolah dengan QFD. Hasil akhir dari penelitian ini adalah strategi perbaikan layanan internet banking Bukopin, yaitu maintenance server dan jaringan, perbaikan fitur halaman internet banking, menambah konten petunjuk di halaman internet banking, mendesign halaman internet banking yang mudah diakses / ergonomis, dan memberikan pelatihan kepada karyawan secara kontinyu.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, internet banking, Bank Bukopin, Fuzzy E-Servqual, IPA, QFD

Abstract

Currently, competition between banks increasingly competitive, then Bukopin should think efficient strategies to win competition. The main thing that should be prioritized is customer satisfaction which is determined by the quality of goods or services. There are problem about customer complaints on the internet banking Bukopin, namely about accuracy of the transaction, speed of solving problems online, easy to obtain the necessary information, and ease of access to internet banking website. In addition, the internet banking Bukopin's ranking of Bank Service Excellence Monitor is decreased. In this study, the internet banking service quality is measured by using the method of Fuzzy E-Servqual, IPA and QFD. E-Servqual is used to know the gap between expected and perceived customer. Meanwhile, fuzzy theory is used to reduce uncertainty of respondents in providing a judging. To determine the variables that are prioritized by customer is the determination IPA and the proposed improvement treated with QFD. The end result of this research are the internet banking Bukopin service improvement strategy, namely the server and network maintenance, repair feature internet banking page, add the instructions on the page content internet banking, design internet banking page that accessible / ergonomic, and provide training to employees continuously.

Keywords : Service quality, internet banking, Bank Bukopin, Fuzzy E-Servqual, IPA, QFD

I. PENDAHULUAN

Saat ini persaingan antar bank semakin kompetitif, oleh karena itu setiap bank harus memikirkan strategi yang tepat guna mulai dari banyaknya produk yang ditawarkan sampai peningkatan kualitas pelayanan.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Saat ini dunia perbankan telah dipengaruhi kuat dengan penawaran berbagai layanan dan fasilitas yang berbasis pada teknologi informasi dengan menjanjikan kenyamanan dalam bertransaksi. Layanan perbankan sudah sangat bervariasi, selain didukung ketersediaan ATM (*Automatic Teller Machine*), juga tersedia layanan *e-banking* seperti internet banking, SMS banking, phone banking dan mobile banking.

Menurut Nurastuti (2011) dalam Chopipah (2013), Internet banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. Pertumbuhan pengguna internet banking di Indonesia tercatat sebagai yang tercepat di Asia Tenggara. Jumlah pencari layanan dan jasa perbankan melalui internet banking bertambah hingga 23 kali lipat dari tahun 2007 sampai 2012.

Oleh karena itu, hal utama yang harus diprioritaskan oleh Bank Bukopin adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki oleh pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Namun, saat ini masih ada kendala ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan internet banking Bukopin berupa adanya keluhan mengenai keakuratan dalam bertransaksi, cepat untuk menyelesaikan masalah transaksi online, informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh, dan kemudahan mengakses website internet banking.

Selain itu, peringkat internet banking Bukopin pada Bank *Service Excellence Monitor* (BSEM) tahun 2013 dan 2014 mengalami penurunan. Pada tahun 2013 Bank Bukopin menduduki peringkat ke-4 dengan *score* sebesar 98,58% dan pada tahun 2014

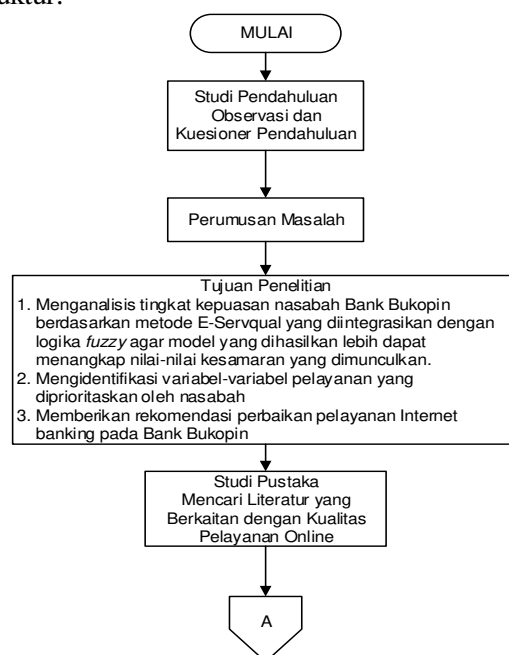
menduduki peringkat ke-5 dengan *score* sebesar 72,97%. (www.infobanknews.com)

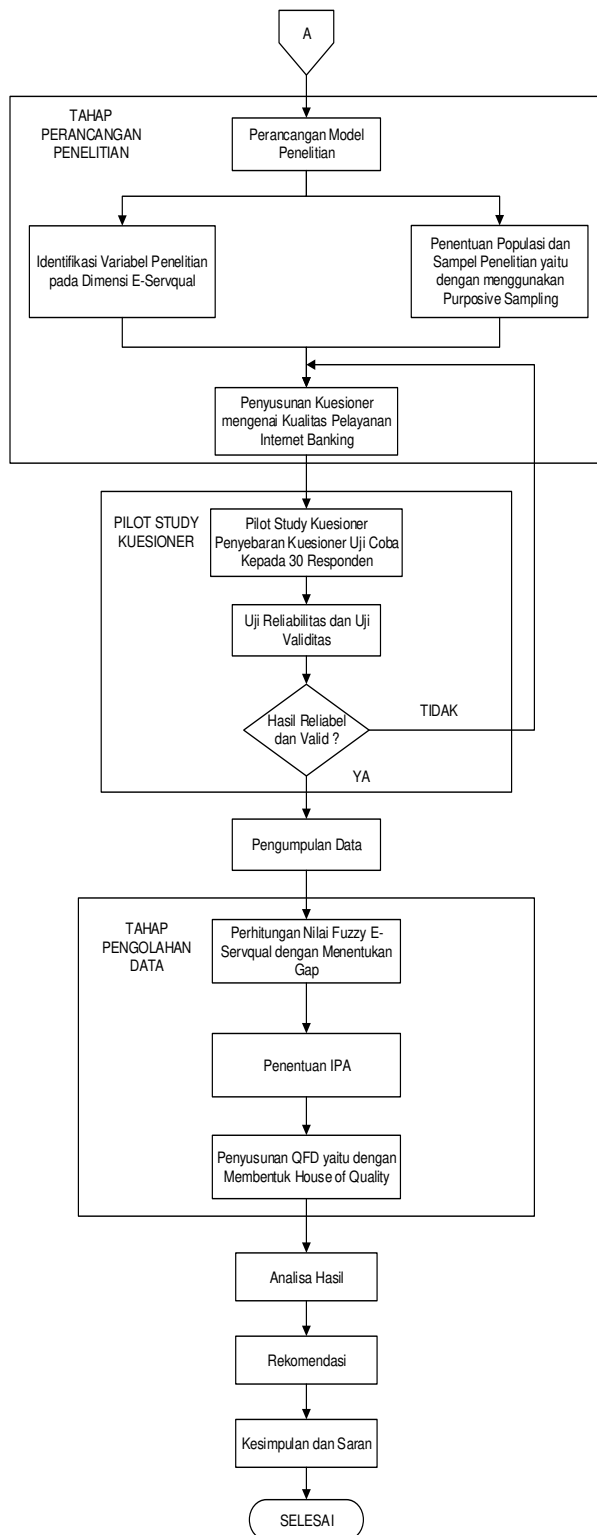
Dengan demikian, perlu dilakukan tindakan pengukuran untuk meningkatkan kualitas pelayanan internet banking Bank Bukopin agar kepuasan nasabah tetap terjamin. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas pelayanan internet banking pada Bank Bukopin dengan menggunakan metode *fuzzy E-Servqual*, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Development* (QFD).

Metode E-Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas online berdasarkan *gap* yang terjadi antara *perceived* dan *expected* pengguna. Teori *fuzzy* digunakan karena dapat mengukur ketidakpastian dalam penilaian seseorang. IPA digunakan untuk menentukan variabel-variabel yang menjadi prioritas perbaikan menurut nasabah, sedangkan usulan perbaikan kualitas pelayanan internet banking dengan QFD.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian sehingga proses penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan sistematis. Dengan adanya metodologi ini, maka siklus pemecahan masalah dapat dilaksanakan secara terstruktur.





1. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan penelitian dari Ariff (2013) terdapat 6 variabel yaitu *efficient and reliable service*, *fulfillment*, *security/trust*, *site aesthetic*, *responsiveness/contact*, dan *ease of use*.

Variabel yang digunakan dimodifikasi berdasarkan model E-Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (2005), yaitu *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *contact*, dan *compensation*. Namun, pada dimensi *compensation* tidak dapat digunakan karena belum ada pelaksanaannya pada perbankan di Indonesia.

Selain itu, ada penambahan dimensi pada kuesioner ini, yaitu *site aesthetics* dan *ease of use*. Dimensi *site aesthetics* digunakan karena permintaan pihak bank untuk mengevaluasi bagaimana kepuasan nasabah terhadap desain website. Sedangkan, dimensi *ease of use* digunakan karena sebagian besar nasabah kurang puas dengan dimensi tersebut.

Berikut ini merupakan definisi operasional variabel :

- *Efficient* : kecepatan mengakses dan menggunakan situs *internet banking*.
- *Reliable service* : fungsi teknik yang benar dari situs dan ketepatan atas layanan yang dijanjikan.
- Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi efisiensi browser, ketersediaan website, website interaktif, dan website bekerja tepat.
- *Fulfillment* : sejauh mana kebutuhan pengguna terpenuhi dalam transaksi *internet banking*.
- Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi *interface* ramah, keakuratan website, reaksi tepat waktu, dan keakuratan perbankan.
- *Security / trust* : derajat kepercayaan pengguna layanan akan keamanan situs, dan informasi personal pengguna layanan terlindungi.
- Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi bukti keaslian nasabah, keamanan, dan keyakinan.
- *Site aesthetic* : berhubungan dengan tampilan situs.
- Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi website menarik dan tampilan website.
- *Responsiveness* : penanganan yang efektif dan cepat mengenai masalah dan permintaan pada transaksi *internet banking* pengguna.

Contact : ketersediaan dan aksesibilitas bantuan bank secara online.

Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi kontak langsung dan cepat, bantuan cepat, dan hubungan langsung.

- *Ease of use* : dalam situs tersebut memiliki fungsi yang akan memudahkan pengguna layanan dalam menemukan apa yang dibutuhkan.

Indikator yang termasuk ke dalamnya meliputi informasi pada website, petunjuk pada website, dan transaksi nyaman.

2. Sampel Penelitian

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel dalam penelitian ditentukan dengan pertimbangan dan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan. Populasi pada penelitian adalah nasabah yang menggunakan internet banking Bukopin di Semarang yaitu berjumlah 5789 nasabah. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{5789}{1 + 5789(10\%)^2} = 98$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (10%)

3. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner yang digunakan terdiri dari dua bagian, yaitu untuk mengukur *perceived* nasabah dan *expected* nasabah. Pada kuesioner menggunakan skala pengukuran dengan skala likert. Berikut penjelasan skala likert beserta variabel linguistik :

Tabel 1 Nilai Skala Likert *Expected* dan *Perceived*

Nilai	Variabel Linguistik	Tingkat <i>Expected</i>	Tingkat <i>Perceived</i>
1	(0, 1, 2)	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas
2	(1, 2, 3)	Tidak Penting	Tidak Puas
3	(2, 3, 4)	Cukup Penting	Cukup Puas
4	(3, 4, 5)	Penting	Puas
5	(4.5, 5, 5)	Sangat Penting	Sangat Puas

(Sumber : Chou dkk, 2011)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

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

2. Fuzzy E-Servqual

E-Servqual yang dikembangkan oleh Parasurman, dkk (2005) adalah sebuah alat yang didesain untuk mengukur kualitas pelayanan yang berkaitan dengan konteks berbelanja online. Model ini merupakan adaptasi dan perluasan dari model tradisional Servqual. Dalam model e-SERVQUAL terdapat empat macam *gap*, yaitu *information gap*, *design gap*, *communication gap*, dan *fulfillment gap*. Perbedaan persepsi antara perusahaan dengan pelanggan dalam wujud kualitas layanan online dapat menimbulkan kompleksitas dalam menentukan kualitas layanan *online*. Kompleksitas ini dapat menimbulkan kesenjangan/gap antara layanan online yang diharapkan dengan yang diterima pelanggan.

E-Servqual diklasifikasikan ke dalam dua skala, yaitu E-S-Qual (*core scale*) dan E-RecS-Qual (*recovery scale*). Empat dimensi yang termasuk pada E-S-Qual, yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, dan *privacy*. Tiga dimensi yang termasuk pada E-RecS-Qual, yaitu *responsiveness*, *contact*, dan *compensation*.

Tabel 2 Hasil Fuzzy Expected dan Fuzzy Perceived

	Fuzzy Expected	Fuzzy Perceived
Q1	(2.59 , 3.55 , 4.47)	(2.28 , 3.27 , 4.24)
Q2	(2.54 , 3.50 , 4.43)	(2.51 , 3.49 , 4.45)
Q3	(2.67 , 3.63 , 4.56)	(2.38 , 3.37 , 4.35)
Q4	(2.69 , 3.63 , 4.51)	(2.33 , 3.30 , 4.23)
Q5	(2.71 , 3.64 , 4.51)	(2.67 , 3.62 , 4.53)
Q6	(2.69 , 3.63 , 4.52)	(2.50 , 3.48 , 4.44)
Q7	(2.72 , 3.64 , 4.49)	(2.60 , 3.56 , 4.48)
Q8	(3.13 , 3.98 , 4.68)	(2.08 , 3.06 , 4.03)
Q9	(2.96 , 3.85 , 4.62)	(2.59 , 3.53 , 4.42)
Q10	(2.95 , 3.86 , 4.67)	(2.56 , 3.52 , 4.44)
Q11	(2.69 , 3.64 , 4.55)	(2.54 , 3.50 , 4.46)
Q12	(2.62 , 3.59 , 4.54)	(2.58 , 3.55 , 4.50)
Q13	(2.55 , 3.53 , 4.49)	(2.47 , 3.45 , 4.40)
Q14	(2.72 , 3.68 , 4.60)	(2.32 , 3.30 , 4.26)

Q15	(2.74 , 3.66 , 4.51)	(2.35 , 3.32 , 4.26)
Q16	(2.60 , 3.57 , 4.52)	(2.57 , 3.53 , 4.45)
Q17	(2.76 , 3.70 , 4.60)	(2.32 , 3.30 , 4.24)
Q18	(2.76 , 3.72 , 4.65)	(2.44 , 3.42 , 4.37)
Q19	(2.71 , 3.67 , 4.60)	(2.40 , 3.39 , 4.36)

Tabel 3 Hasil Gap E-Servqual

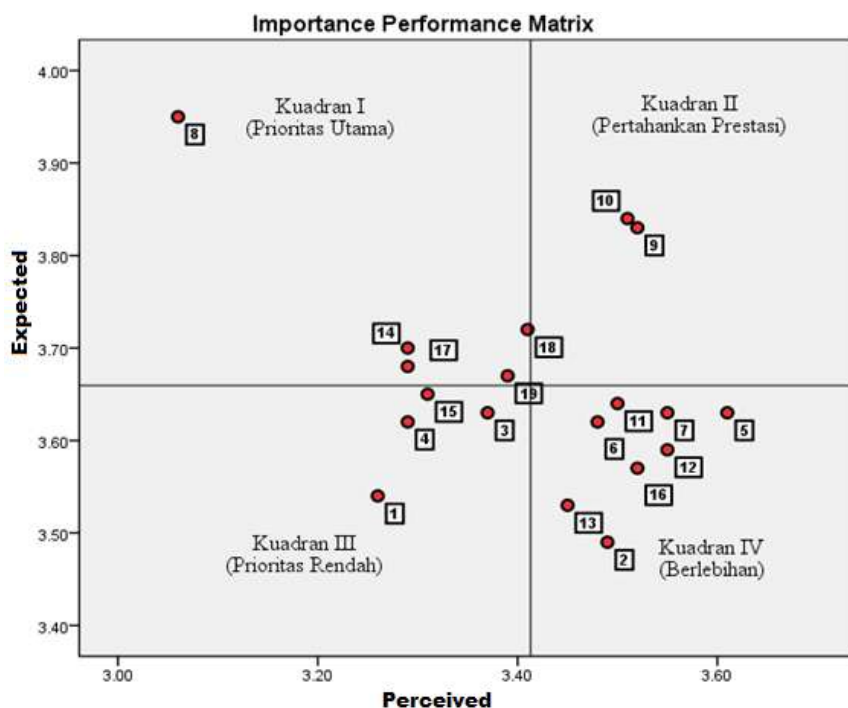
Item	Perceived	Expected	Nilai Gap
Q1	3,26	3,54	-0,28
Q2	3,49	3,49	-0,01
Q3	3,37	3,63	-0,26
Q4	3,29	3,62	-0,33
Q5	3,61	3,63	-0,02
Q6	3,48	3,62	-0,15
Q7	3,55	3,63	-0,08
Q8	3,06	3,95	-0,90
Q9	3,52	3,83	-0,31
Q10	3,51	3,84	-0,33
Q11	3,50	3,64	-0,14
Q12	3,55	3,59	-0,04
Q13	3,45	3,53	-0,08
Q14	3,29	3,68	-0,38
Q15	3,31	3,65	-0,34
Q16	3,52	3,57	-0,04

Q17	3,29	3,70	-0,40
Q18	3,41	3,72	-0,30
Q19	3,39	3,67	-0,28

Berdasarkan perhitungan nilai gap Fuzzy E-Servqual dapat dilihat bahwa nilai rata-rata E-Servqual bernilai negatif untuk semua dimensi. Hal tersebut berarti masih adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan internet banking Bukopin.

3. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program atau strategi pemasaran yang efektif. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran. IPA digunakan pada penelitian ini untuk menentukan variabel-variabel yang menjadi prioritas nasabah untuk dilakukan perbaikan. (Supranto, 2006)



Gambar 1 Importance Performance Analysis

4. Quality Function Deployment (QFD)

Pada metode QFD ini akan dilakukan penyusunan House of Quality. Berikut adalah langkah penyusunan House of Quality menurut Cohen (1995) :

1. *Voice of customer*, merupakan sebuah daftar dari keinginan pelanggan yang diperoleh dari survei secara kualitatif. Atribut yang termasuk ke dalam *voice of customer* diperoleh dari kuadran I dan kuadran III pada *Importance Performance Analysis*.

Tabel 4 Voice of Customer

No	Atribut
Q8	Transaksi internet banking selalu akurat
Q18	Petunjuk pada website internet banking memudahkan nasabah untuk menggunakan pelayanan internet banking
Q14	Adanya respon yang cepat terhadap permintaan nasabah
Q17	Mudah menemukan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah di website internet banking
Q19	Mampu menggunakan utilitas / kegunaan internet banking tanpa membutuhkan banyak usaha
Q15	Cepat menyelesaikan masalah transaksi online
Q3	Bagian internet banking dengan tepat waktu melakukan sesuatu sesuai yang sudah dijanjikan kepada nasabah
Q4	Website internet banking dapat menyelesaikan / melengkapi transaksi dengan singkat
Q1	Pelayanan disampaikan dengan cepat melalui halaman internet banking

2. *Planning matrix*, merupakan data kuantitatif yang mengindikasikan kepentingan dari voice of customer dan tingkat persepsi serta harapan pelanggan.

- *Importance to Customer (IC)*
Nilai *importance to customer* (IC) yang digunakan adalah hasil dari nilai *expected* pada Fuzzy E-Servqual.

Tabel 5 Nilai IC

No Atribut	IC
Q8	3,95
Q18	3,72
Q14	3,68
Q17	3,70

Q19	3,67
Q15	3,65
Q3	3,63
Q4	3,62
Q1	3,54

- *Customer Satisfaction Performance (CSP)*
Nilai *customer satisfactio performance* (CSP) yang digunakan adalah hasil dari nilai *perceived* pada Fuzzy E-Servqual.

Tabel 6 Nilai CSP

No Atribut	CSP
Q8	3,06
Q18	3,41
Q14	3,29
Q17	3,29
Q19	3,39
Q15	3,31
Q3	3,37
Q4	3,29
Q1	3,26

- *Goal*
Goal ini diperoleh dari *benchmarking* layanan pesaing yang memiliki tingkat kepuasan konsumen lebih besar. Benchmarking disini terdapat dua pesaing, yaitu BCA dan Commonwealth Bank. Pada penelitian ini, pesaing yang memiliki tingkat kepuasan paling besar adalah BCA.

Tabel 7 Nilai Goal

No Atribut	Goal
Q8	3,98
Q18	3,76
Q14	3,59
Q17	3,82
Q19	3,66
Q15	3,76
Q3	3,69
Q4	3,59
Q1	3,99

- *Improvement Ratio (IR)*
Improvement ratio merupakan nilai perbandingan yang diperoleh dengan cara nilai goal dibagi dengan tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 8 Nilai IR

No Atribut	IR
Q8	1,30
Q18	1,10
Q14	1,09
Q17	1,16
Q19	1,08
Q15	1,14
Q3	1,09
Q4	1,09
Q1	1,22

• **Raw Weight (RW)**

Raw weight merupakan nilai perkalian antara tingkat kepentingan dengan *improvement ratio*.

Tabel 9 Nilai RW

No Atribut	RW
Q8	5,135
Q18	4,092
Q14	4,011
Q17	4,292
Q19	3,964
Q15	4,161
Q3	3,957
Q4	3,946
Q1	4,319

• **Normalized Raw Weight (NRW)**

Normalized raw weight diperoleh dengan cara nilai *raw weight* pada setiap atribut dibagi dengan nilai total *raw weight*.

Tabel 10 Nilai NRW

No Atribut	NRW
Q8	0,136
Q18	0,108
Q14	0,106
Q17	0,113
Q19	0,105
Q15	0,110
Q3	0,104
Q4	0,104
Q1	0,114

3. *Technical response*, merupakan pemecahan masalah secara teknis untuk menjawab *voice of customer*, sehingga menjadi persyaratan yang dapat diukur dan

dilaksanakan. *Technical response* pada penelitian ini, adalah :

- Maintenance server
- Memperbaiki fitur halaman internet banking
- Menambah konten petunjuk di halaman internet banking
- Mendesain halaman internet banking yang dapat mudah diakses
- Berpedoman pada SLA (*Service Level Agreement*)
- Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan yang berbasis kompetensi
- Maintenance jaringan
- Penambahan bandwidth
- Selalu update halaman depan internet banking
- Selalu berinovasi mengenai utilitas yang mudah diakses

4. *Relationship matrix*, merupakan tingkat hubungan antara *voice of customer* dengan *technical response*. *Relationship matrix* dapat dilihat pada gambar 2.

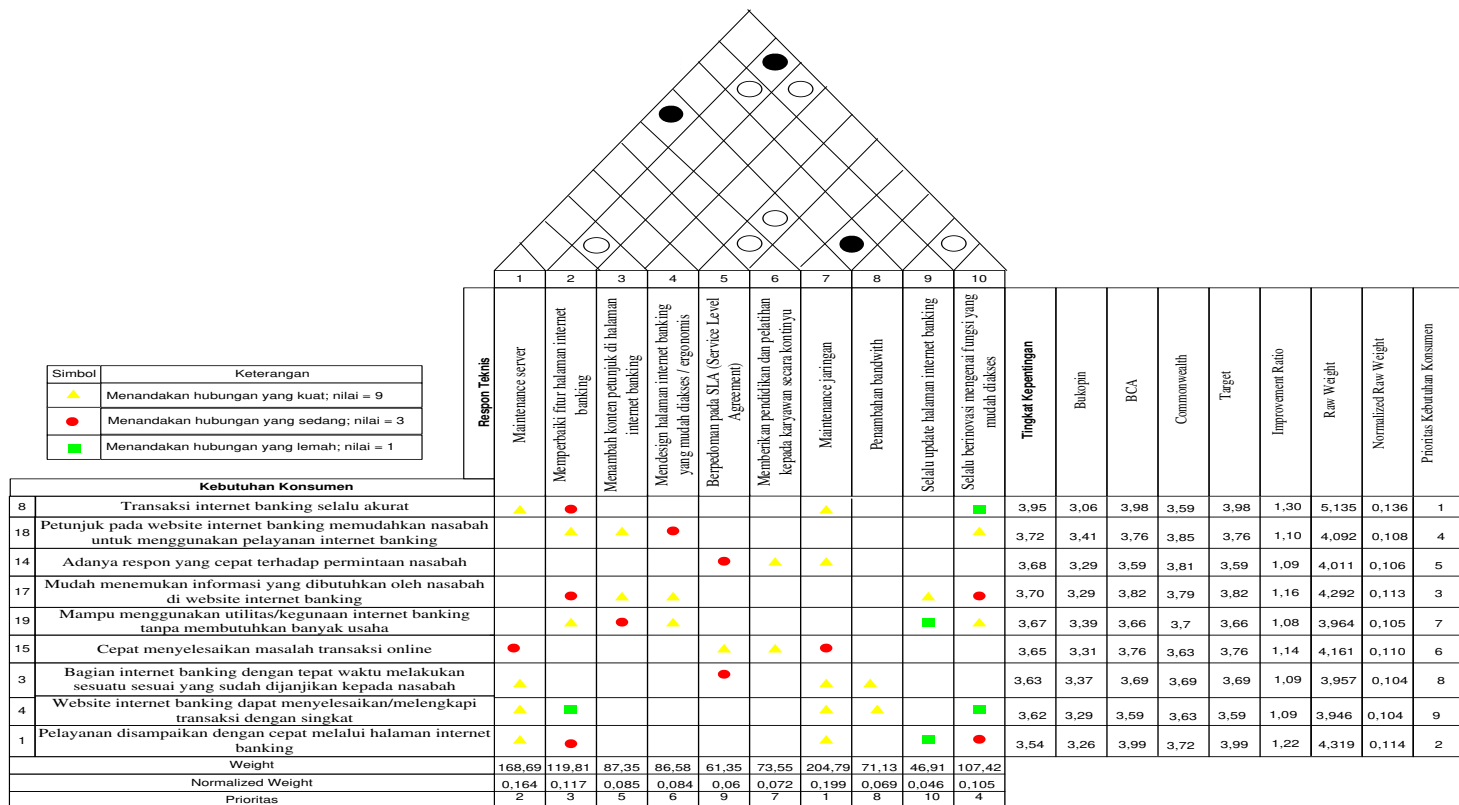
5. *Technical correlation*, mengidentifikasi apakah antara *technical response* saling ketergantungan atau sebaliknya. *Technical correlation* dapat dilihat pada gambar 2.

6. *Technical matrix*, merupakan proses penentuan prioritas teknis yang akan menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam proses perancangan karakteristik teknik.

Cara menentukan *priority technical response* yaitu menghitung nilai *weight* pada setiap respon teknis dengan cara nilai yang ada pada matriks hubungan dikalikan dengan nilai *normalized weight* untuk setiap kebutuhan konsumen.

Tabel 11 Prioritas Respon Teknis

No	RW	NW	Prioritas
A	168,696	0,164	2
B	119,815	0,117	3
C	87,348	0,085	5
D	86,580	0,084	6
E	61,353	0,060	9
F	73,548	0,072	7
G	204,795	0,199	1
H	71,127	0,069	8
I	46,911	0,046	10
J	107,418	0,105	4



Gambar 2 House of Quality

5. Rekomendasi

Rekomendasi ini dilakukan berdasarkan prioritas pada respon teknis yang diberikan oleh perusahaan. Berikut merupakan penjelasan dari respon teknis tersebut :

- 1) Maintenance server dan jaringan
Pada maintenance server dan jaringan, yang pertama sebaiknya perlu dilakukan backup data secara berkala, paling tidak dua hari sekali untuk kinerja server di bagian internet banking ini. Untuk server juga sebaiknya memiliki server backup atau server pengganti, ini dilakukan untuk mengantisipasi apabila server utama sedang mengalami kerusakan. Kedua, perlu dilakukan perawatan pada kabel jaringan yaitu dengan cara menggunakan besi atau plastik yang kuat sebagai pembungkus. Ketiga, untuk perawatan HUB atau switch harus dilakukan / dikontrol kehandalan kinerjanya secara berkala dan tempatkan di tempat yang tidak berdebu serta suhu yang dingin agar dapat bekerja dengan maksimal.
- 2) Memperbaiki fitur halaman internet banking
Untuk fitur halaman internet banking, pada pembayaran tagihan harus diklasifikasikan berdasarkan kategori yang ada. Sub

kategori harus disesuaikan dengan kategorinya agar pengguna ketika ingin membayar tagihan tidak bingung. Misalnya pada pembayaran tiket pesawat Garuda Indonesia dan tiket pesawat Lion Air. Seharusnya kedua pembayaran tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori *airlines* atau tiket agar pengguna nyaman untuk mencari kategori yang sesuai kebutuhannya.

- 3) Menambah konten petunjuk di halaman internet banking
Pada website internet banking ini, sebaiknya ditambahkan konten berupa produk layanan dan program-program secara mendetail yang ditawarkan pihak Bank Bukopin. Karena konten tersebut, dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada pengguna internet banking.
- 4) Mendesign halaman internet banking yang mudah diakses
Design yang mudah diakses dimaksud disini adalah penggunaan tulisan dan gambar pada halaman website. Tulisan sebaiknya harus jelas, mudah untuk dibaca, dan ukuran tulisan tidak terlalu kecil atau besar. Sedangkan, untuk gambar sebaiknya tidak terlalu banyak dan warna pada

gambar tidak mencolok. Gambar yang terlalu banyak pada setiap halaman website akan mengakibatkan halaman website lama untuk diakses.

- 5) Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan yang berbasis kompetensi Untuk pendidikan dan pelatihan sebaiknya dilakukan suatu program yang berbasis kompetensi, khususnya *functional training* yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi teknis sesuai dengan jabatan atau jobdes karyawan. Pada kasus ini, pelatihan untuk karyawan ditekankan pada teknologi informasi. Dengan selalu mempelajari teknologi informasi yang ada, dapat mengetahui bagaimana cara mengembangkan suatu sistem yang berbasis dengan internet terutama untuk website internet banking. Misalnya karyawan bisa memperbaiki fitu-fitur pada website agar mudah diakses oleh pengguna serta mahir dalam menganalisis program, sehingga apabila terjadi suatu masalah pihak bank dapat mengatasi dengan cepat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kualitas pelayanan internet banking Bank Bukopin secara keseluruhan dinilai masih kurang baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata pada *perceived* nasabah yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata *expected* nasabah, sehingga menimbulkan nilai gap yang negatif yang artinya pihak Bank Bukopin belum bisa memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah dalam pelayanan internet banking. Oleh karena itu, perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan internet banking.
2. Variabel-variabel yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan adalah variabel yang masuk ke dalam kuadran I dan kuadran III pada *Importance Performance Analysis*. Variabel-variabel tersebut adalah transaksi internet banking selalu akurat, petunjuk pada website internet banking memudahkan nasabah untuk menggunakan pelayanan internet banking, adanya respon yang cepat terhadap permintaan nasabah, mudah

menemukan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah di website internet banking, mampu menggunakan utilitas / kegunaan internet banking tanpa membutuhkan banyak usaha, cepat menyelesaikan masalah transaksi online, bagian internet banking dengan tepat waktu melakukan sesuatu sesuai yang sudah dijanjikan kepada nasabah, website internet banking dapat menyelesaikan / melengkapi transaksi dengan singkat, dan pelayanan disampaikan dengan cepat melalui halaman internet banking.

3. Berikut adalah usulan perbaikan / rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan internet banking sehingga dapat meningkatkan juga kepuasan nasabah :
 - a. Selalu melakukan *maintenance* server dan jaringan yang berhubungan dengan sistem internet banking.
 - b. Melakukan perbaikan dan penataan pada website internet banking, yaitu berupa perbaikan fitur, penambahan konten, atau mendesign website yang mudah diakses oleh nasabah.
 - c. Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan yang dimiliki, khususnya pelatihan dalam bidang teknologi informasi.
 - d. Sering melakukan inovasi-inovasi yang berkaitan dengan pelayanan internet banking untuk mengembangkan website, dalam hal fungsi maupun informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariff, M. S. Md., Zavareh, F. B., Zakuan, N., and Ishak, N. 2013. Electronic Service Quality of Iranian Internet Banking. *Integrative Business and Economics Research*. Vol. 2 No. 2. pp. 555-571.
- Chou, C. C., Liu, L. J., Huang, S. F., Yih, J. M., and Han, T. C. 2011. An Evaluation of Airline Service Quality Using The Fuzzy Weighted Servqual Method. *Science Direct*. Vol. 11. pp. 2117-2128.
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Development : How To Make QFD Work For You*. Massochusetts : Addison Wesley Publishing Company.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Malhotra, A. 2005. E-S-QUAL : A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*. Vol. 7 No. 10. pp 1-21.

Supranto., J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan *Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.

----- www.infobanknews.com diakses pada tanggal 15 September 2014