

**Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)*
Pada PT Bank Pembangunan Daerah**

(Laporan Akhir)

Oleh

Nimas Ayu Roro Ningrum

2101071009



**PROGRAM STUDI D III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)* Pada PT Bank Pembangunan Daerah

Oleh

NIMAS AYU RORO NINGRUM

Penelitian ini di latar belakang oleh Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membuat industri perbankan bersaing ketat dalam inovasi produk dan layanan elektronik perbankan dan layanan tersebut yaitu layanan transaksi uang elektronik. Layanan elektronik perbankan berbasis digital yang paling sering digunakan pada saat ini adalah *mobile banking*. Hal ini mendorong PT Bank Pembangunan Daerah Lampung meluncurkan inovasi produk berbasis elektronik *banking* dengan produknya yaitu (*L-Online*) atau Lampung *Online*. Dalam penelitian ini ada masalah yang terjadi yaitu terkait dengan pemanfaatan teknologi terhadap kualitas Pelayanan aplikasi *mobile banking* dimana kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan pada aplikasi *mobile banking (L-Online)* pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan pada aplikasi *mobile banking (L-Online)* pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung sudah berjalan baik atau belum meliputi sistem TEERA: *Tangibles, Empaty, Reability, Responsiveness, Assurance*. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dengan sampel dari penelitian yaitu berupa wawancara nasabah pengguna aktif *mobile banking (L-Online)* dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada aplikasi *mobile banking (L-Online)* dengan menerapkan lima dimensi kualitas pelayanan dan hampir semua terlaksana dengan baik, pada pengguna aplikasi (*L-Online*) nasabah sangat merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank lampung dikarenakan sangat membantu para nasabah dalam melakukan sebuah transaksi

Kata Kunci: *Mobile banking, Kualitas Pelayanan, Aplikasi, L-Online*

**Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)*
Pada PT Bank Pembangunan Daerah**

**NIMAS AYU RORO NINGRUM
NPM 2101071009**

(Laporan Akhir)
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar

AHLI MADYA (A.Md.)

Pada
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI D III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Laporan Akhir : **KUALITAS PELAYANAN APLIKASI MOBILE
BANKING (L-ONLINE) PADA PT BANK
PEMBANGUNAN DAERAH**

Nama Mahasiswa : **Nimas Ayu Roro Ningrum**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2101071009**

Program Studi : **D III Manajemen Pemasaran**

Fakultas : **Ekonomi Bisnis**



**Menyetujui,
Pembimbing,**

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**

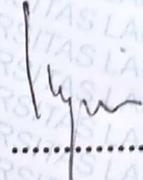
Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP. 196001051986031005

Dr. Dorothy Rouly Haratua, S.E., M.Si.
NIP. 198101262008012011

HALAMAN PENGESAHAN

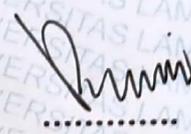
Ketua Penguji

: Aripin Ahmad, S.E., M.Si.



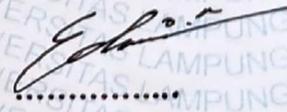
Penguji Utama

: Driya Wiryawan, S.E., M.M.



Sekretaris Penguji

: Dr. Edwin Russel, S.E., M.Sc



**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung**



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian : 11 Juli 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nimas Ayu Roro Ningrum
NPM : 2101071009
Prodi : DIII Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Menyatakan bahwa Laporan Akhir dengan judul: “Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)* Pada PT Bank Pembangunan Daerah”.

Adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung

Bandar Lampung, Juli 2024



Nimas Ayu Roro Ningrum
NPM. 2101071009

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Nimas Ayu Roro Ningrum, dilahirkan di Karang Mulia, Sumatera Selatan tanggal 24 September 2003. Peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara yang merupakan buah kasih pernikahan dari Bapak Tri Hermawadi dan Ibu Mira Wati.

Pendidikan formal yang telah ditempuh peneliti yaitu Sekolah Dasar (SD) Negeri 18 Lubai Ulu Sumatera Selatan, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Lubai Ulu Sumatera Selatan, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Trimurjo Lampung Tengah.

Tahun 2021, peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran, Program Studi D III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Program Diploma (PMPD). Tahun 2024, penulis melakukan Penelitian Tugas Akhir di PT Bank Pembangunan Daerah.

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dan dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikan Laporan Akhir ini penulis persembahkan karya yang jauh dari kata sempurna ini kepada:

1. Cinta pertama dan sosok yang sangat menginspirasi penulis yaitu Bapak Tri Hermawadi. Terimakasih atas setiap tetes keringat yang telah tcurahkan dalam setiap langkah ketika mengemban tanggung jawab sebagai seorang kepala keluarga untuk mencari nafkah, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan tapi beliau adalah sosok yang tiada hentinya memberikan semangat, motivasi, perhatian, kasih sayang, serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
2. Pintu surgaku dan sosok panutan yaitu Ibu Mira Wati. Terimakasih atas setiap semangat, perhatian, kasih sayang dan doa yang selalu terselip di setiap doanya. Terimakasih ibu, atas berkat dan ridhomu ternyata anak bungsumu ini mampu menyelesaikan studinya.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas Laporan Akhir ini yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)* Pada PT Bank Pembangunan Daerah”**. Tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, Penulis mendapatkan bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Nairobi, S.E., M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Zainur M. Rusdi, S.E M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu dalam proses perkuliahan.
5. Bapak Aripin Ahmad, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan bimbingan selama dalam penyelesaian laporan akhir ini.
6. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. selaku Penguji Utama sidang komprehensif yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberi saran untuk laporan akhir.
7. Bapak Dr. Edwin Russel, S.E., M.Sc. selaku sekretaris yang ikut serta membantu menguji dan memberisaran untuk laporan akhir.
8. Bapak/Ibu Dosen FEB Universitas Lampung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.

9. Untuk Ibu Atun dan Mbak Alin selaku Admin Program Studi yang telah membantu penulis mengurus seluruh berkas dari awal perkuliahan hingga penyusunan laporan akhir ini.
10. Seluruh Pimpinan dan Pegawai PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Khususnya Divisi Dana dan Jasa yaitu Bapak Dirwantoro, Bapak Ismail Marzuki, Om Arif, mbak Nisa, Mbak Amala, Mbak Hesti, Ibu Ira yang sudah menerima penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan sudah banyak membantu penulis.
11. Kak Dimas Aji Pratama dan Kak Satria Lintang Jagat kedua kakak tercintaku. Terimakasih telah memberikan semangat dan kasih sayang kepada adik perempuan satu-satunya kalian sehingga adik kalian mampu menyelesaikan pendidikannya.
12. Teman-teman D III Manajemen Pemasaran 2021 yang menjadi teman satu angkatan.
13. Serta semua pihak yang turut membantu dalam proses penyelesaian laporan akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua.

Laporan Akhir ini mungkin masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan agar penulisan laporan selanjutnya menjadi lebih baik lagi, dan semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat untuk yang membacanya.

Bandar Lampung, Juli 2024
Peneliti,

Nimas Ayu Roro Ningrum
NPM. 2101071009

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian Laporan Akhir	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	6
2.2 Definisi Pemasaran Jasa.....	6
2.3 Kualitas Pelayanan.....	6
2.3.1 Definisi Kualitas	6
2.3.2 Definisi Pelayanan	7
2.3.3 Definisi Kualitas Pelayanan.....	7
2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	8
2.3.5 Fungsi Kualitas Pelayanan	9
2.3.6 Fitur Layanan	9
2.3.7 Tujuan Pelayanan	9
2.4 Definisi Call Center.....	10
2.5 <i>Mobile Banking</i>	10
2.5.1 Definisi <i>Mobile Banking</i>	10
2.5.2 Sejarah <i>Mobile Banking</i>	12
2.5.3 Dimensi <i>Mobile Banking</i>	12
2.5.4 Manfaat <i>Mobile Banking</i>	13
2.5.5 Dampak Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Desain Penelitian	15
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	15
3.3 Metode Pengumpulan Data	16
3.4 Objek Kerja Praktik.....	16

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik.....	17
3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan	17
3.4.3 Struktur Organisasi	19
3.4.4 Visi Dan Misi.....	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1 Hasil Penelitian	21
4.2 Analisis Data Hasil Wawancara.....	22
4.3 Pembahasan.....	24
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	27
5.1 Simpulan	27
5.2 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN.....	30

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking (L-Online)</i> Periode 2021-2024	4
3.1 Pedoman Wawancara.....	15
4.1 Jadwal Wawancara.....	21
4.2 Pembahasan Teori dan Realisasi Alur Kerja Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik (Oktober 2021-Oktober 2024) Di Indonesia.....	2
2. 1 Logo PT Bank Pembangunan Daerah Lampung.....	18
3. 2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung,2024.....	18
4. 1 Alur Kerja Dimensi Kualitas Pelayanan	22

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Halaman
1. Dokumentasi Wawancara Bersama Nasabah.....	31
2. Jurnal Aktivitas Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	34
3. Surat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian yang mengubah dunia usaha telah mempengaruhi perekonomian Indonesia khususnya pada sektor keuangan dan perbankan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yaitu dimana perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dan yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

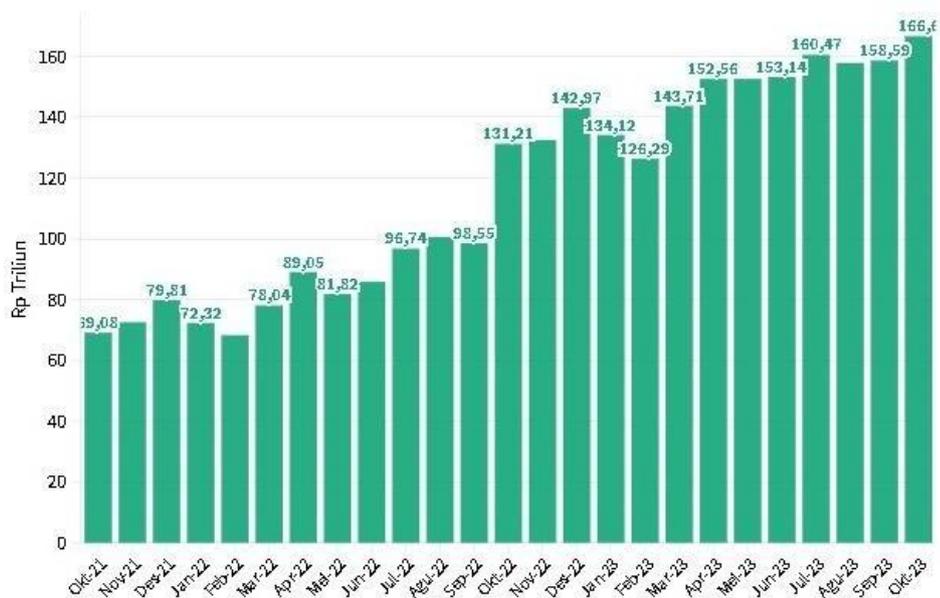
Persaingan antar bank semakin meningkat, dimana bank semakin berlomba-lomba untuk menarik simpati para nasabah baik secara kuantitas dan kualitas, secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapatkan merupakan nasabah produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Kualitas layanan dalam sebuah perusahaan jasa merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen atau nasabah, dimana konsumen atau nasabah tidak hanya menilai dari hasil jasa yang diberikan, tetapi juga dari suatu proses penyampaian jasa tersebut. Perusahaan atau instansi harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut (Indrasari, 2019:57), Pelayanan atau *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk

memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan akan terpenuhi.

(Fandy Tjiptono, 2008) menyatakan kualitas pelayanan yaitu tingkatan keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkatan keunggulan guna memenuhi harapan konsumen. Sedangkan menurut (Krisnawati, 2016), kualitas pelayanan merupakan keahlian perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai yang diharapkan, sehingga kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat industri perbankan bersaing ketat dalam inovasi produk dan layanan elektronik perbankan. Kemampuan manajemen dalam mengadopsi teknologi baru sangat menentukan tingkat keberhasilan dalam pengembangan inovasi layanan (Gan, 2006). Perkembangan teknologi saat ini yang berkembang semakin lebih cepat dan canggih, dimana perkembangan teknologi juga berhubungan dengan dunia perbankan hal ini ditunjukkan dengan adanya transaksi uang elektronik ke sesama atau antar bank, transaksi menggunakan *barcode*, *account billing*, dengan menggunakan *smartphone*.



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik (Oktober 2021-Oktober 2024) di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia, 2024

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa, sejak oktober tahun 2021 hingga oktober 2023 transaksi uang elektronik terus mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Dengan adanya fenomena transaksi uang elektronik saat ini tentu saja tidak terlepas dari adanya peran yang dilakukan oleh instansi di perbankan selaku lembaga yang menghimpun dan mengurus uang nasabah. Peran yang dilakukan yaitu dengan disediakannya *electronic banking* yang terdiri ATM (*Automated Teller Machine*), EDC (*Electronic Data Capture*), *Internet Banking* dan *Mobile Banking*.

Layanan perbankan berbasis digital yang paling sering digunakan pada saat ini adalah *mobile banking*, *Mobile banking* merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan untuk melakukan transaksi keuangan perbankan melalui *smartphone* mulai dari cek saldo, *transfer* dana, informasi dan layanan perbankan lainnya yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun (Ensor, 2012). Industri perbankan mulai memaksimalkan pemanfaatan *smartphone* terhadap layanan *mobile banking* sebagai layanan yang menggunakan teknologi tinggi (Suoranta, 2004).

PT Bank Pembangunan Daerah Lampung didirikan di Bandar Lampung dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung, sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1962 mengenai Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah. Hal ini juga diatur dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung Nomor 10A/1964, tanggal 1 Agustus 1964, yang membahas pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung. Keputusan tersebut kemudian mendapatkan persetujuan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. DES.57/7/31-150 pada tanggal 26 Juli 1965. PT Bank Lampung merumuskan visinya sebagai upaya menjadi Bank Regional unggul yang dipercayai dalam wilayah Lampung. Misi yang diterapkan meliputi:

1. Memenuhi tuntutan masyarakat dalam bidang perbankan.
2. Berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi wilayah setempat.
3. Menyelenggarakan pelayanan dengan tingkat daya saing yang tinggi.
4. Menghadirkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan yang unggul.

5. Memiliki landasan keuangan yang kuat..
6. Mengembangkan infrastruktur teknologi informasi.
7. Meningkatkan mutu layanan dan citra perusahaan di mata masyarakat, sekaligus memperbaiki pengawasan internal.
8. Memperhatikan kepentingan masyarakat dan menjaga lingkungan.

PT Bank Pembangunan Daerah Lampung sangat menyadari bahwa kualitas pelayanan memegang peran yang sangat penting dalam mencapai kepuasan nasabah. Karena semakin tingginya ekspektasi pelanggan terhadap layanan mendorong PT Bank Pembangunan Daerah Lampung untuk terus menjalankan operasionalnya dengan sebaik mungkin guna memberikan pelayanan unggul kepada para nasabah. Dalam menjalankan suatu kegiatan seringkali nasabah membutuhkan fasilitas yang dapat membantu meringankan tugas mereka. Fasilitas tersebut melibatkan teknologi, saat ini perkembangan teknologi terus berlanjut menjadi semakin lebih maju dan digunakan sebagai pendukung dalam berbagai kegiatan penting manusia. Dengan memanfaatkan teknologi yang sesuai untuk meringankan pekerjaan melalui ketersediaan teknologi yang *user-friendly* akan memudahkan akses nasabah dalam melakukan sebuah transaksi.

Oleh karena itu PT Bank Pembangunan Daerah Lampung meluncurkan sebuah produk berbasis aplikasi *mobile banking* yaitu *L-Online (Lampung Online)* pada tanggal 16 September 2021 yang dikhususkan untuk seluruh nasabah tabungan PT Bank Pembangunan Daerah Lampung guna memudahkan segala pelayanan transaksi perbankan baik finansial maupun non finansial seperti, informasi saldo, mutasi rekening, *transfer* antar sesama Bank Lampung serta bank konvensional lainnya baik secara ATM bersama ataupun *BI Fast* serta transaksi *Top Up* dan *bill payment*.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna *Mobile Banking (L-Online)* Periode 2021-2023

Periode	Jumlah Pengguna
Tahun 2021	19.889 Orang
Tahun 2022	31.995 Orang
Tahun 2023	37.189 Orang
Total:	89.073 Orang

Sumber: Bank Lampung, 2024

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna *mobile banking (L-Online)* periode tahun 2021-2023 setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2021 jumlah pengguna *mobile banking (L-Online)* sebanyak 19.889 Orang, pada tahun 2022 sebanyak 31.995 Orang, dan pada tahun 2023 sebanyak 37.189 Orang. Jadi jumlah keseluruhan pengguna *mobile banking (L-Online)* sebanyak 89.073 Orang.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, adapun permasalahan yang telah peneliti uraikan antarlain terkait dengan pemanfaatan teknologi terhadap kualitas Pelayanan aplikasi *mobile banking*, identifikasi permasalahan yang ditemukan yaitu "Apakah kualitas pelayanan yang diberikan pada aplikasi *mobile banking (L-Online)* pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung sudah berjalan baik?".

1.3 Tujuan Penelitian Laporan Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, maka tujuan penulisan laporan akhir yaitu “Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada aplikasi *mobile banking (L-Online)* Bank Pembangunan Daerah Lampung”.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir

1. Penulisan laporan akhir memberikan manfaat dan kegunaan sebagai pengetahuan peneliti melalui pengamatan langsung dan memperdalam pemahaman dalam menerapkan bidang pengetahuan yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi.
2. Penulisan laporan akhir memberikan manfaat untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas pemanfaatan teknologi *electronic mobile banking (L-Online)* terhadap kualitas pelayanan pada Bank Pembangunan Daerah Lampung.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran (*marketing*)

Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social, salah satu definisi yang baik dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan (Kotler dan Keller, 2016;5). *American Marketing Association* (AMA) menawarkan defenisi formal berikut “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikannilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”

Pemasaran sering diidentifikasi dalam konteks memuaskan kebutuhan pelanggan . Namun para kritikus bersikeras bahwa pemasaran melampaui hal tersebut dan pemasaran menciptakan kebutuhan serta keinginan yang tidak ada sebelumnya. Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta meraih, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, dan pengomunikasian nilai pelanggan yang unggul.

2.2 Definisi Pemasaran Jasa

Definisi pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Definisi Kualitas

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, kualitas diartikan menjadi baik buruknya sesuatu kelebihan yang menjadikan kualitas menjadi ukuran relatif kebaikan. (Tony, 2019). Kualitas dikatakan oleh Daviddow dan Uttall (1989) adalah “Dalam mempertinggi kepuasan pelanggan maka usaha apapun pasti akan dilakukan”. Menurut Kotler dan Keller (2016;143), kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2014;268), kualitas adalah kesesuaian antara harapan dan keinginan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan yang diberikan oleh suatu organisasi. “Kualitas merupakan sesuatu yang dapat melingkupi keinginan atau keperluan” (Hardinansyah, 2018).

2.3.2 Definisi Pelayanan

Pelayanan merupakan aktivitas yang ditawarkan pada pelanggan yang akan dilayani, ini memiliki sifat tidak berbentuk dan tidak dipunyai. Arti secara luas dikemukakan Daviddow & Uttal bahwa dalam mempertinggi kepuasan pelanggan maka usaha apapun pasti akan dilakukan, sedangkan arti pelayanan merupakan terjemahan dari “*Service Excellent*” memiliki arti pelayanan paling baik dikarenakan berdasarkan standar pelayanan yang ada ataupun dipunyai instansi yang memberi layanan, dalam hal ini yaitu bank. Pemberian layanan pada debitur harus totalitas dan persiapan saat mengatasi masalah yang timbul secara profesional. Pelayanan yang baik pasti membuat nasabah menjadi terkesan sehingga nasabah akan menjadi partner bisnis bagi bank. Bentuk pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang harus dilaksanakan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman yang menjadikan terpenuhinya kepuasan pelanggan. Sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan dari pelanggan/masyarakat, untuk semua usaha yang paling baik

dan bagus dari seorang yang diwujudkan dalam bentuk terpenuhinya keperluan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas, (IBI, 2014).

2.3.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268), definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Menurut Arianto (2018:83), kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kasmir (2017:47), kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun karyawan.

Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi sejauh mana perbedaan antara realita dan ekspektasi pelanggan dari pelayanan yang diterima (Sahabuddin, 2019:85). Dilain sumber menjelaskan kualitas pelayanan menjadikan “penghargaan dan pengaturan atas tingkat keunggulan tersebut untuk melengkapi konsumen”. Penerimaan jasa berdasarkan ekspektasi, kualitas jasa dianggap bagus dan konsumen merasa puas. Penerimaan jasa melebihi dari yang diharapkan konsumen oleh karena itu kualitas jasa termasuk sudah sesuai ekspektasi. Berlaku kebalikannya juga penerimaan jasa tidak melebihi harapan, maka kualitas jasa menjadi buruk (Fransiska, 2021).

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi usaha untuk melengkapi keperluan dan keinginan konsumen serta disampaikan dengan tepat agar seimbang sesuai yang diharapkan konsumen. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. Kualitas pelayanan yang baik juga sering dijabarkan menjadi faktor penting dalam berhasilnya suatu bisnis. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) bisa diketahui dengan cara memakai *SERVQUAL* (Abdul, 2018).

2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai beberapa dimensi walaupun antara satu bidang jasa dengan jasa lainnya mempunyai sedikit perbedaan mengenai dimensi yang membentuk suatu kualitas jasa, namun beberapa penelitian menunjukkan ada kesamaan atau kemiripan dalam dimensi yang melandasi terbentuknya suatu kualitas jasa. Menurut Parasuraman, *et.al* (Tjiptono, 2014:232) ada sepuluh dari dimensi kualitas jasa, setelah melalui uji statistic yang dikenal dengan faktor analisis, berikut lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Reabilitas (*Reability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, resiko atau keraguan.
4. Empati (*Empaty*) yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman ata kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2.3.5 Fungsi Kualitas Pelayanan

- a) Memperlancar proses pelaksanaan pekerjaan agar waktunya bisa hemat.
- b) Menambah produktifitas baik berupa barang ataupun jasa.
- c) Memperoleh kualitas produk yang terbaik.
- d) Memunculkan suatu rasa kesenangan bagi orang yang berkaitan.
- e) Memunculkan perasaan yang puas bagi orang yang berkaitan guna sifat emosionalnya bisa dikurangi.

2.3.6 Fitur Layanan

Fitur layanan menurut Kotler & Keller (2012:8) fitur merupakan karakteristik

produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk. Menurut Poon (2008:56), terdapat indikator ketersediaan fitur pada suatu *e-banking*, yaitu kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan, keberagaman fitur dan inovasi produk.

2.2.7 Tujuan Pelayanan

Tujuan jasa dengan cara biasa merupakan guna mendukung penjualan kepada pelanggan maupun konsumen jika tujuan sudah terselenggara hingga faedah dengan cara biasa dari jasa dapat ditemukan ialah menambah komitmen pelanggan skema komitmen pelanggan dengan pembelian dengan cara kesekian kali, maka industri hendak senantiasa *service* dalam periode berjarak serta profit industri (Chandra & Gregorius, 2011).

2.4 Definisi *Call Center*

Call Center adalah layanan yang banyak disediakan oleh perusahaan, institusi atau organisasi tertentu untuk menerima telepon, menjawab berbagai pertanyaan pelanggan serta sebagai sarana yang mampu menjembatani perusahaan, institusi atau organisasi dengan para pelanggannya terhadap berbagai informasi yang tersedia dan dibutuhkan oleh pelanggan sekaligus sebagai upaya perusahaan mendekatkan diri pada pelanggan dengan menyediakan sarana interaksi yang tersedia setiap saat (Kristalina & Yuliana, 2005).

2.5 *Mobile Banking*

2.5.1 Definisi *Mobile Banking*

Kurniawati *et al* (2017), Susanto (2017). Kourou Thanassis & Gladis (2012), Widiyono (2006) menyatakan berupa *mobile banking* sebagai fasilitas bank yang memiliki kesamaan dengan *internet banking* yaitu berbasis *internet* dengan perbedaan yaitu dalam *mobile banking* dimana debitur terlebih dahulu harus mengunduh aplikasi *mobile banking* dan aplikasi tersebut hanya bisa digunakan pada *smartphone* atau *tablet*. Pengguna *mobile banking* memungkinkan debitur untuk lebih mudah untuk melaksanakan kegiatan perbankan tanpa batas dengan

ruang waktu dan bisa diakses 24 jam kapan saja dan dimana saja. (Unggul dkk, 2021) *Mobile banking* atau juga *m-banking* yaitu sarana perbankan dalam alat komunikasi misalnya *smartphone*, adanya sarana untuk transaksi perbankan menggunakan aplikasi pada *handphone*, transaksi ini biasanya dilaksanakan dengan cara manual namun sekarang dilaksanakan tanpa harus pergi ke kantor bank, cukup memakai *handphone* debitur bisa menghemat waktu dan biaya. Umumnya *mobile banking* dibagi menjadi 3 antara lain:

- a) *Informational*, menginformasikan tentang produk dan layanan yang bank punya. Sistem ini berisiko cukup rendah dikarenakan tidak ada hubungan ke server utama dan jaringan bank, tapi hanya ada hubungannya dengan server hosting situs. Kemungkinan risikonya yaitu isi dari situs *internet* diubah (*deface*), ini tidak berbahaya bagi seluruh sistem bank tersebut tapi bisa membuat kacau informasi dari situs bank berkaitan (Novitasari, 2017).
- b) *Communicative* (komunikatif) tipe ini memiliki sifat interaktif dibanding dengan *informational*. Sistem di tipe ini memungkinkan adanya transaksi antara debitur dengan sistem di bank. Bentuknya seperti informasi saldo, laporan transaksi, mengubah data pribadi debitur maupun formulir keanggotaan layanan yang berasal dari bank yang berkaitan. Melihat dari kerjanya jelas risiko sistem ini lebih besar. Ini disebabkan terjadinya debitur dengan server di jaringan di bank saling berhubungan, jadi memerlukan pengawasan dan keamanan yang lebih pada sistem ini, jika ada penyusup ataupun program yang bisa merusak sistemnya misalnya virus, trojan, dan lain-lain bisa dicegah (Novitasari, 2017).
- c) *Transactional* (bertransaksi) merupakan tipe terakhir, tipe terlengkap dan umumnya memuat sistem yang ada pada kedua tipe sebelumnya, tipe ini memungkinkan agar melaksanakan transaksi dengan cara langsung, dikarenakan sistem ini mempunyai jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank. Sistem ini berisiko cukup besar dibanding dua tipe sebelumnya, maka dari perlu pengamatan yang cermat di sistem ini. Transaksi yang bisa dilaksanakan meliputi akses langsung ke *account* di bank, seperti informasi saldo maupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lainnya (Novitasari, 2017).

2.5.2 Sejarah *Mobile Banking*

Awal peluncuran *mobile banking (M-Banking)* dilakukan *Excelcom* di akhir 1995 dan mendapatkan berbagai macam respons yang melatar belakangi munculnya *mobile banking*, dikarenakan bank ingin memperoleh kepercayaan dari debiturnya dengan cara memanfaatkan teknologi. Perlu memanfaatkan pertumbuhan teknologi yang pesat ini dengan cara harus cermat dan tepat. Penyediaan terobosan teknologi baru yang bisa dipergunakan bank agar kualitas layanan mengalami peningkatan hal ini menjadikan bank sedunia melakukan inovasi dengan cara menciptakan *mobile banking*. Seperti halnya Indonesia, bank milik pemerintah maupun bank swasta nasional bersaing membuat teknologi *mobile banking*. Kemunculannya tidak hanya dengan bank saja akan tetapi juga memiliki kerjasama dengan operator seluler yang dapat menjadikannya memberi lebih untuk semuanya, baik bagi bank, operator seluler maupun debitur yang menggunakan *mobile banking, sms banking*.

Dan *mobile banking* merupakan bagian dari *e-banking* perbankan elektronik disebut juga internet banking yaitu aplikasi saat debitur melaksanakan transaksi, pembayaran dan transaksi lain lewat internet dengan menggunakan *website* bank yang ada sistem keamanannya. Seiring dengan berjalannya waktu bank mengadakan layanan atau jasa *internet banking* yang sudah ada aturannya pada peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 mengenai penerapan Manajemen Risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum.

Penyelenggaraan *internet banking* menjadi aplikasi teknologi informasi yang selalu mengalami perkembangan dan bermanfaat dalam melengkapi yang diinginkan debitur perbankan yaitu *service* cepat, aman, nyaman, harga terjangkau dan tersedia setiap waktu (24 jam) serta bisa mengaksesnya dari manapun baik itu *handphone*, komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan lainnya. Terbukti *mobile banking* dapat menyebar ke seluruh dunia dengan melihat perkembangan yang berada di negara eropa lebih tepatnya Jerman dan juga negara Amerika Serikat yang menggunakan *mobile banking* (Dwitya, 2008).

2.5.3 Dimensi *Mobile Banking*

Menurut Afriyanto dan Suryani (2002) ada berbagai dimensi nilai yang perlu

pertimbangan dalam pemanfaatan *mobile banking*, antara lain:

- a) Produk/jasa meliputi fungsi produk, jasa, harga, mutu serta waktu.
- b) Citra (*image*) dan reputasi memperlihatkan faktor yang tidak berwujud sehingga debitur bisa tertarik pada suatu barang/jasa.
- c) Hubungan pelanggan (*customer relationship*), meliputi dalam menyampaikan produk jasa pada debitur diantaranya ada dimensi waktu tanggap dan penyerahan, serta penyerahan, serta perasaan debitur sesudah memberikan produk/jasa dari perusahaan yang berkaitan (Priestiani, 2019).
- d) Adanya penilaian atau kegiatan yang didapatkan dari produk, maka dapat memunculkan pembentukan sikap yang nantinya sikap tersebut mengarah pada penampilan perilaku yang konsekuensinya paling disukai (Priestiani, 2019).

2.5.4 Manfaat *Mobile Banking*

Manfaat *mobile banking* sebagaimana dikemukakan oleh Kurniawati *et al* (2017), dan Susanton (2017):

- a) Mentransfer dana antar rekening atau bank lain.
- b) Informasi saldo dan mutasi rekening.
- c) Membayar tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air.
- d) Telepon, televisi kabel dan lain sebagainya.
- e) Membeli tiket transformasi, token listrik, pulsa hp, kuota data, dan lain sebagainya.
- f) Layanan lain misalnya informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing (Unggul dkk, 2021).

2.5.5 Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Menggunakan *mobile banking* memiliki dampak yang positif untuk bank, debitur dan operator telepon seluler, diantaranya yaitu:

- a) Bank memberi keuntungan untuk bank dimana bank memperoleh banyak debitur dan memperoleh kepercayaan debitur.
- b) Nasabah debitur memperoleh pelayanan lebih akibat adanya *mobile banking* membuat semuanya praktis saat transaksi.

- c) Operator seluler memperoleh konsumen yang aktif menggunakan ponsel untuk *mobile banking* dengan memakai pulsa dan konsumen membutuhkan pulsa guna berinteraksi di *mobile banking* (Syiva, 2021).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan post- positivisme, yang mempelajari keadaan ilmiah objek, kemudian mengintegrasikan teknik pengumpulan data, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif mengutamakan kepentingannya. Penggunaan metode kualitatif dalam karya ini bermula dari fakta bahwa metode tersebut dapat digunakan untuk menginterpretasikan sebagian data yang sumbernya berasal dari cerita para informan, untuk kemudian memahami kegiatan yang berlangsung di lokasi penelitian dan di sekitar data yang tampak. Diperiksa dalam bentuk gambar, tabel dan objek lainnya (Sugiyono, 2015:15). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2016:15) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah suatu metode yang bertumpu dari filsafat postpositivisme, metode penelitian kualitatif dipakai untuk penelitian yang berfokus kepada kondisi objek yang. Selain itu menggunakan teknik pengambilan data dengan triangulasi (gabungan), analisis yang bersifat induktif atau kualitatif.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Informasi yang diperoleh memberikan keterangan, gambaran atau fakta mengenai suatu personal dalam bentuk kategori huruf atau bilangan. Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- a. Data Primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk

menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Umumnya data primer ini sebelumnya belum tersedia, sehingga seorang peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri data ini berdasarkan kebutuhannya (Istijanto dalam Sunyanto, 2012:27).

- b. Data sekunder yaitu data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi keputusan dengan mempelajari buku-buku atau literatur yang ada hubungannya dengan penelitian (Suyoto, 2021:14).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua metode pengumpulan data yaitu

1. Metode Wawancara

Metode ini merupakan metode dialog dimana dua orang atau bahkan lebih bergabung dengan percakapan, peneliti mewawancarai mengenai Kualitas Pelayanan Aplikasi *Mobile Banking (L-Online)* pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung. Penelitian dilakukan di kantor cabang Bandar Lampung, dimana wawancara yang dilakukan sesuai dengan pertanyaan tentang penelitian. Adapun pedoman wawancara untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

3.1 Pedoman Wawancara

NO	Kualitas Pelayanan	Pertanyaan
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	Apakah aplikasi <i>mobile banking (L-Online)</i> memiliki penampilan fisik menarik dan fitur yang canggih sesuai dengan kebutuhan nasabah?
2.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Apakah proses transaksi menggunakan <i>mobile banking (L-Online)</i> sangat cepat dan tidak ada kendala?
3.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Apakah pada aplikasi <i>mobile banking (L-Online)</i> pada menu <i>call center</i> mereka bersedia membantu kesulitan nasabah saat ada kendala dalam melakukan sebuah transaksi?
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Apakah selama menggunakan aplikasi <i>mobile banking (L-Online)</i> pihak Bank Pembangunan Daerah sangat menjaga kerahasiaan data pribadi dan keamanan data transaksi nasabah?
5.	<i>Empathy</i> (Empati)	Jika ada kegagalan saat melakukan sebuah transaksi apakah respon <i>call center</i> menanggapi keluhan nasabah dengan cepat?

Sumber: Peneliti, 2024

2. Metode Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini, peneliti mendokumentasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang dimana dokumentasi berupa foto kegiatan, foto dengan informas, maupun berkas yang diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kamera *handphone* untuk mengabadikan gambar, dokumentasi ini tentu akan menjadi bukti yang mendukung penelitian.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

Lokasi pelaksanaan kerja praktik bertempat di PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Kantor Pusat di Jl. Wolter Monginsidi No.182, Teluk Betung, Kota Bandar Lampung. Waktu kerja praktik dilakukan mulai pada tanggal 10 Januari-29 Februari 2024 dan dilaksanakan setiap hari Senin-jum'at mengikuti jam kerja perusahaan.

3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan

Bank Lampung merupakan bank milik Pemerintah Daerah Lampung yang pada saat pembentukannya berbentuk Perusahaan Daerah (PD) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah yang didirikan berdasarkan surat keputusan Gubernur Provinsi Lampung Nomor 10-A/1964 tanggal 1 Agustus 1964 dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung dan telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan surat pengesahan Nomor: Des. 57/7/3/150 tanggal 26 Agustus 1965 serta telah mendapat persetujuan izin usaha dari Menteri Bank Sentral Republik Indonesia Nomor: Kep. 66/UB/1965 tanggal 13 Agustus 1965. Dan Bank Pembangunan Daerah Lampung mulai beroperasi pada tanggal 31 Januari 1966.

Bank Lampung juga memiliki tujuan dalam mendirikannya adalah untuk membantu pertumbuhan perekonomian daerah pada saat terbentuk perusahaan daerah modal dasar Bank Pembangunan Daerah Lampung kemudian merubah

status dari merubah status dari perusahaan daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan peraturan Daerah Lampung Nomor 2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 dan Akta Notaris Soekarno, SH Nomor 5 tanggal 31 Mei 1999 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C-8058 H.01.04 Tahun 2001 tanggal 6 mei 1999. Sejalan dengan perkembangan kegiatan perekonomian dan perbankan guna meningkatkan permodalan bank, daya saing, perluasan produk dan usaha bank serta dalam rangka memberi kesempatan pada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pemilik saham, dengan tetap memperhatikan fungsinya sebagai Bank Umum dan pemegang kas daerah.

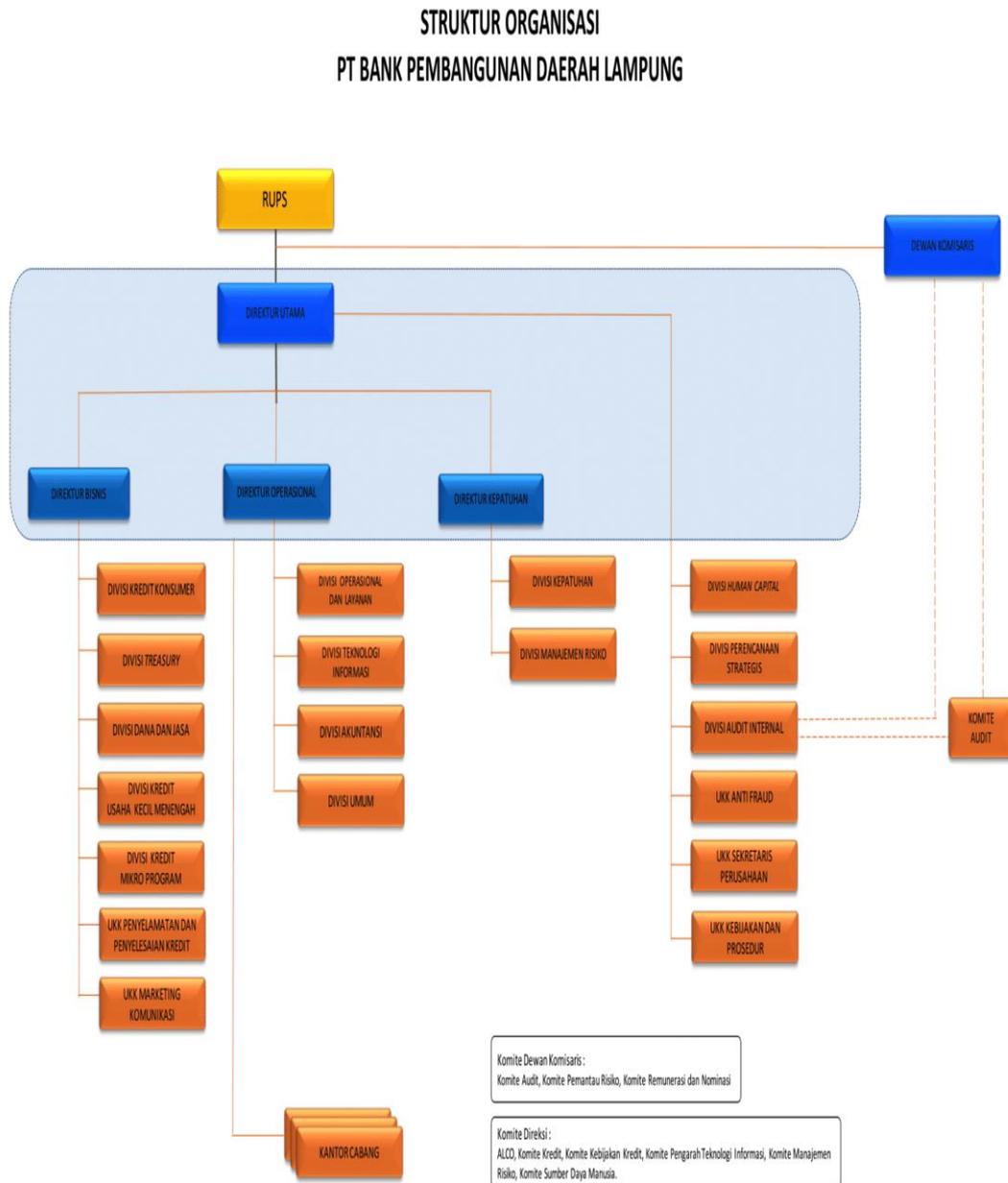
3.1 Logo PT Bank Pembangunan Daerah Lampung



Sumber: Bank Lampung

3.4.3 Struktur Organisasi

3.2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung, 2024



Sumber: Bank Lampung

3.4.4 Visi Dan Misi

1. Visi pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung dalam melaksanakan dan menjalankan usahanya yaitu dengan “Menjadi bank yang terkemuka dan terpercaya di Lampung”.
2. Misi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung:
 - 1) Memenuhi Kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan.
 - 2) Tersediannya sumber daya manusia yang berkualitas dengan memiliki kompetensi tinggi.
 - 3) Memiliki struktur permodalan yang kuat.
 - 4) Pengembangan infrastruktur informasi teknologi.
 - 5) Melakukan kerjasama strategi antar bank dan lembaga lainnya.
 - 6) Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Pernyataan diatas dari Bank Lampung mengandung makna yang sejalan dengan visi maupun misi banyak masyarakat lampung yang mengajak seluruh lapisan masyarakat lampung baik pendatang maupun putra daerah yang menetap menjadi warga lampung, meski mereka berbeda-beda suku, agama, ras, tetapi mereka tetap satu menjadi warga dari sekaligus masyarakat lampung. Diharapkan keberadaan warga masyarakat yang majemuk dapat memanfaatkan Bank Pembangunan Daerah Lampung untuk melakukan transaksi penyimpanan dana maupun pembiayaan atau kredit guna untuk mendukung usahanya atau untuk keperluan lainnya. Untuk bersama-sama membangun lampung untuk lebih maju lagi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) dapat disimpulkan bahwa pada PT Bank Pembangunan Daerah Lampung sudah menerapkan pelayanan yang baik yang diberikan melalui aplikasi *mobile banking (L-Online)*. Dengan menerapkan lima dimensi kualitas pelayanan dan hampir semua terlaksana dengan baik, pada pengguna aplikasi (*L-Online*) nasabah sangat merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank lampung dikarenakan sangat membantu para nasabah dalam melakukan sebuah transaksi melalui aplikasi *mobile banking* yang bisa digunakan kapan saja dan dimana saja melalui jaringan internet tanpa harus pergi ke atm atau kantor cabang terdekat sehingga sangat menguntungkan bagi para nasabah.

Meskipun demikian ada kendala yang dialami oleh para nasabah yaitu gagalnya proses transaksi yang disebabkan oleh transaksi *Pending* dimana ketika sedang melakukan transaksi, di rekening pengirim sudah terdebit dan sudah berhasil dan saldo terpotong, sedangkan di rekening penerima saldo belum terkredit atau belum diterima, hal ini sangat merugikan para nasabah sehingga membuat keterlambatan proses sebuah transaksi tetapi ketika mengalami kendala nasabah tidak perlu jauh-jauh melaporkan ke kantor cabang terdekat karena bisa melalui menu *call center* yang sudah disediakan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Lampung dan peran *call center* sangat membantu nasabah dalam menangani kendala tersebut tanpa harus pergi ke kantor cabang.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian secara keseluruhan sudah baik namun demikian ada yang perlu diperbaiki maka peneliti ingin memberikan saran yang dapat

meningkatkan dan membantu proses layanan aplikasi yang ada pada *mobile banking (L-Online)* agar menjadi lebih baik yaitu sebagai berikut:

1. Pada alur kerja dimensi kualitas pelayanan *reliability* atau kehandalan PT Bank Pembangunan Daerah yaitu agar pihak bank dapat meningkatkan fitur transaksi yang pending agar saat melakukan transaksi tidak hanya terdebit tapi juga terkredit dan di terima oleh penerima.
2. Yaitu pada menu *call center* yang ada pada aplikasi mobile banking sebaikan *call center* terus mempertahankan respon yang baik,sopan, dan cepat ketika menanggapi keluhan yang di berikan oleh nasabah.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, PT Bank Pembangunan Daerah Lampung dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan pada aplikasi *mobile banking (L-Online)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ensor, B. M. (2012). The State Of Mobile Banking, *E Journal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Fandy Tjiptono, (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Gan, C. C. (2006). A logit Analysis of Electronic Banking in New Zealand., *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 6, hal. 360-383.
- Indrasari Meithiana., 2019, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir, (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. ISE England.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hal.
- Kourouthanassis, P. E., & Giaglis, G. M. (2012). Introduction to the special issue mobile commerce: the past, present, and future of mobile commerce research. *International Journal of Electronic Commerce*.
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. SPBU No. 64.751. 15 Samarinda. *E Journal Administrasi Bisnis*.
- Kurniawati, H. A. (2017). Analisis Minat Pengguna Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.
- Poon. (2008). Users' Adoption of e-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sahabuddin, 2019;85. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suoranta, M. a. (2004). Mobile banking and customer behavior: New insights into the diffusion pattern. *Journal of Financial Services Marketing*.
- Susanto, R.J. (2017). Analysis of Internet Banking Applications and Mobile Banking on The Level of Banking Service Quality. *International Journal of Business, Economics and Law*.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.

Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan.

Widiyono, Tri. (2006). *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wijaya, T. (2019). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta: PT Indeks