
**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION*
APLIKASI JENIUS**

Virginia Aprilia Asakristiani, dan Muhammad Rachman Mulyandi

Matana University

E-mail: virginia.aprilia@matanauniversity.ac.id dan
rachman.mulyandi@matanauniversity.ac.id

Diterima:
8 Mei 2021
Direvisi:
10 Mei 2021
Disetujui:
14 Mei 2021

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih mendorong perubahan cara bertransaksi masyarakat menjadi serba *Digital*. Sektor perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk menciptakan sebuah aplikasi perbankan yaitu *mobile-banking (m-banking)*. Dengan adanya *mobile banking* masyarakat dapat melakukan transaksi dimanapun hanya dengan jaringan internet. PT. Bank BTPN Tbk, merupakan salah satu Bank yang menyediakan layanan *mobile banking (m-banking)* tersebut yang dinamakan *jenius*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Jenius*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik analisis data *literature review* dengan metode *traditional review*. Hasil penelitian ini berdasarkan literatur review menunjukkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* terhadap aplikasi *Jenius*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu *E-Service Quality* yang baik maupun buruk sangat mempengaruhi *E-Satisfaction* penggunanya.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Pelanggan Elektronik, Aplikasi Jenius*

Abstract

The development of increasingly sophisticated information technology encourages changes in the way people transact into something digital. The banking sector takes advantage of these technological developments to create a banking application, namely mobile-banking (m-banking). With the existence of mobile banking, people can make transactions anywhere, only with the internet network. PT. Bank BTPN Tbk, is one of the banks that provides this mobile banking (m-banking) service which is called genius. The purpose of this study was to determine the relationship between E-Service Quality and E-Satisfaction of users of the genius application. This study uses qualitative methods with literature review data analysis techniques with traditional review methods. The results of this study indicate that E-Service Quality has a significant effect on E-Satisfaction with the application of genius.

Keywords: *E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Jenius Application*

Pendahuluan

Kebutuhan masyarakat Indonesia semakin hari semakin bertambah. Dengan perkembangan zaman yang semakin maju, dan maka kebutuhan sehari-hari akan terus bertambah, perkembangan teknologi dan informasi yang bergerak sangat cepat (Ashghar & Nurlatifah, 2020).

Tulisan ini menawarkan pedoman sistematis untuk desain aplikasi bermerek dengan mengidentifikasi berbagai tingkat strategi yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan (Zhao & Balagué, 2015). Bukan hanya perusahaan saja tetapi dalam hal perbankanpun sudah berbasis aplikasi. Kemajuan teknologi informasi yang berkembang pesat dari waktu ke waktu telah membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Hampir seluruh sektor mengalami perubahan dalam aktivitasnya, baik sektor ekonomi, sosial, budaya, pendidikan maupun pertahanan (Susanti, 2018). Adanya perubahan perkembangan teknologi informasi ini membawa perubahan yang menjadikan seluruh kegiatan menjadi serba *digital* dan *online* tidak terkecuali dalam sektor perbankan (Herlambang & Dewanti, 2018).

Sektor perbankan sebagai perusahaan dibidang jasa mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan sistem pelayanan untuk para nasabahnya (Pratama, Saleh, & Femilia Zahra, 2019). Sektor perbankan menyediakan layanan berupa aplikasi untuk bertransaksi secara *online* yang disebut sebagai aplikasi *mobile banking (m-banking)* (Wardhana, 2015). Layanan *mobile banking (m-banking)* memungkinkan nasabah untuk bertransaksi hanya melalui *handphone* yang didukung jaringan internet. Layanan yang disediakan bank ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi bank secara langsung ataupun ke *Automated Teller Machine (ATM)* (Pratama et al., 2019). Tidak mudah untuk menilai dan membandingkan keefektifan algoritma ini dalam kata kunci peringkat tinggi yang terhubung dengan teknologi baru. Dalam pekerjaan sebelumnya kami mengembangkan seperangkat indikator yang secara tegas dirancang untuk lingkup ini (Moro, Joanny, & Moretti, 2020).

Pengguna *mobile banking (m-banking)* di Indonesia semakin berkembang pesat, pada tahun 2020 diperkirakan pengguna *mobile banking (m-banking)* mengalami peningkatan dari 36 juta menjadi 88 juta pengguna secara keseluruhan (Zufrizal., 2020), dengan begitu fenomena ini menunjukkan bahwa semakin banyak nasabah memanfaatkan layanan *mobile banking (m-banking)* dalam melakukan transaksi hariannya.

Bank perlu untuk berfokus dan memperhatikan kepuasan nasabahnya dimana kepuasan nasabah bergantung kepada kualitas dari layanan yang disediakan (Pratama et al., 2019). Kualitas layanan pada platform digital disebut juga sebagai *E-Service quality*. Menurut Zeithaml dalam jurnal (Prisanti, Suyadi, & Arifin, 2017). menjelaskan pengertian *E-Service quality* merupakan sejauh mana sebuah layanan dapat memfasilitasi penggunaannya untuk dapat melakukan transaksi secara mudah, efektif dan efisien.

E-Service quality atau disebut juga sebagai *E-Servqual* yang dikemukakan oleh Zeithaml merupakan metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam menyampaikan informasi mengenai produk dan jasa. Pengukuran tersebut diambil dari hasil membandingkan antara ekspektasi pengguna terhadap sebuah layanan dengan layanan itu sendiri (Prisanti et al., 2017). *E-Service quality* yang baik wajib dilakukan oleh setiap bank untuk dapat mencapai kepuasan dari para nasabahnya (Pratama et al., 2019). Kepuasan pelanggan atau dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan tujuan setiap bank, dengan memberi kepuasan kepada pelanggannya bank mendapatkan banyak keuntungan seperti terciptanya loyalitas nasabah dan juga unggul dalam bersaing dengan bank lain (Tobagus, 2018).

Kepuasan pelanggan dalam platform digital atau kepuasan elektronik disebut

sebagai *e-satisfaction*. *E-satisfaction* merupakan penilaian yang diberikan oleh pengguna layanan terhadap layanan *online* yang digunakan sebelumnya (Budiman, Yulianto, & Saifi, 2020). Penilaian tersebut ditunjukkan dari perasaan sedih atau senang yang dirasakan pengguna ketika membandingkan ekspektasi dan kenyataan pada pengguna layanan online tersebut (Prisanti et al., 2017). Sehingga kepuasan pelanggan atau *E-satisfaction* dapat dicapai dan dipengaruhi oleh *E-service quality* dari sebuah layanan online tersebut.

PT. Bank BTPN Tbk. Merupakan salah satu bank yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk menciptakan aplikasi perbankan yang dinamakan sebagai Jenius. Jenius dikatakan sebagai pelopor layanan aplikasi perbankan di Indonesia (Harefa, 2020). Pada survei yang dilakukan (Afucrypto.com, 2020) mengenai *mobile banking (m-banking)* terbaik pada tahun 2020 tercatat aplikasi Jenius menempati posisi nomor 1 aplikasi *mobile banking (m-banking)* terbaik dengan keunggulan fitur-fiturnya. Selain itu, ditengah pandemi COVID-19 yang terjadi sepanjang tahun 2020 pengguna Jenius tercatat naik 27% menjadi 3,1 juta pengguna dengan peningkatan jumlah transaksi menggunakan aplikasi sebanyak 70% (Alfi, 2021). Peningkatan penggunaan aplikasi Jenius didominasi penggunaan aplikasi untuk melakukan pembayaran belanja *online*, menabung dan melakukan isi ulang *E-wallet* (Alfi, 2021)

Melihat adanya kebutuhan yang tinggi dari masyarakat dan adanya keterbatasan mobilitas ditengah pandemi ini, Jenius terus melakukan inovasi terhadap fitur-fiturnya untuk menyediakan layanan dengan kualitas yang terbaik (*E-service quality*). Fitur yang disediakan Jenius bernama *Digital Savvy* sudah mulai di luncurkan sejak 4 tahun lalu, fitur dan program ini merupakan kolaborasi dari masyarakat dan Jenius yang membawa dampak baik untuk dapat beradaptasi ditengah situasi pandemi seperti ini (Alfi, 2021).

Saat ini Jenius sedang melaksanakan program sebagai bentuk adaptasi ditengah kondisi saat ini dengan segala keterbatasannya, program tersebut dinamakan #Lakukan Dengan Caramu dengan 3 anak program yang terdiri dari #ada Jenius, #cara Jenius dan #bareng Jenius. Ketiga program ini merupakan fitur penyesuaian ditengah pandemi ini. #ada Jenius merupakan fitur untuk membayar menggunakan QR dan *Jenius pay*, #cara Jenius merupakan fitur untuk mengelola keuangan dan #bareng Jenius merupakan program dimana masyarakat bisa ikut untuk beradaptasi dan saling berkolaborasi dengan Jenius Co.Create (Alfi, 2021).

Penelitian ini dilakukan untuk menambah pengetahuan masyarakat mengenai adanya layanan yang dapat membantu masyarakat dalam beradaptasi dan mengelola keuangannya dengan adanya program-program yang disediakan oleh bank BTPN. Disamping itu, peningkatan kualitas layanan yang dilakukan oleh PT. Bank BTPN Tbk. Ini dilakukan tidak hanya untuk memfasilitasi kebutuhan nasabahnya dan mendukung pemerintah untuk mengikuti aturan untuk tetap di rumah namun tetap bisa bertransaksi (Alfi, 2021). *Digital savvy* oleh Jenius disambut baik oleh masyarakat dengan adanya partisipasi masyarakat dalam membagikan cerita pengalaman menggunakan Jenius pada *anniversary* Jenius ke 4 ditahun 2020 (Harefa, 2020).

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan menyatakan bahwa dengan adanya *E-Service Quality* yang baik mempengaruhi *E-Satisfaction* para penggunanya, seperti dalam jurnal (Tobagus, 2018) mengenai penelitian Tokopedia dimana Tokopedia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya mulai dari kebutuhan informasi sampai dengan cara menyelesaikan kendala yang dihadapi konsumennya ketika bertransaksi. Berdasarkan penelitian sebelumnya penulis mengangkat Aplikasi Jenius sebagai objek penelitian dari bidang yang berbeda yang bukan merupakan transaksi jual beli produk melainkan transaksi dari bidang jasa.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan sumber data sekunder yaitu *literature review*. Metode tinjauan pustaka pada penelitian ini menggunakan *traditional review* dengan menggunakan sumber dari jurnal penelitian yang telah ada sebelumnya. Kriteria inklusi yaitu artikel maupun jurnal yang memiliki judul, tujuan penelitian dan variabel yang sama atau relevan yaitu mengenai *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* serta aplikasi perbankan, Jurnal yang digunakan sebagai referensi dibatasi tahunnya yaitu mulai dari tahun 2015-2021. Kriteria eksklusi yaitu artikel yang tidak memiliki struktur yang jelas dan tidak membahas mengenai variabel dan objek yang menulis bahas.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian *literature review* dari penelitian sebelumnya yang dituangkan dalam jurnal “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pelanggan Situs Toko online Brodo” yang disusun oleh (Ashoer , dkk : 2019), yang merupakan penelitian deskriptif dan kausal yang menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian ini adalah pengguna produk *fashion* Brodo, sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dilakukan pada 121 responden yang kemudian didapatkan hasil bahwa dimensi *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation dan Contact* pada *E-Service quality* yang baik ataupun buruk akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *E-Satisfaction* pelanggan situs toko *online* Brodo

Pada penelitian lainnya dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay*” pada tahun 2018 yang dilakukan oleh Faruk Ulum dan Rinaldi Muchtar menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel secara acak dan mengambil data menggunakan kuesioner yang kemudian didapatkan hasil bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh yang positif terhadap *E-Customer Satisfaction* pada *website startup* Kaosyay (Ulum, 2018)

Demikian juga pada jurnal penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna situs Tokopedia” yang dilakukan oleh (Tobagus, 2018) Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengukuran variabel menggunakan skala likert, dengan populasi pengguna situs Tokopedia yang minimal 2 jkali pernah melakukan transaksi di situs tersebut. Sample menggunakan teknik *sampling* yang dilakukan pada 137 responden yang valid. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan *software* SPSSdidapatkan hasil penelitian bahwa *E-Service Quality* serta memiliki hubungan yang searah dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna situs Tokopedia

Kesimpulan

Penelitian yang penulis lakukan kali ini yang dilihat dari hasil penelitian sebelumnya, maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *E-Satisfaction*, dimana pengaruh baik maupun buruk dari kualitas layanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penggunanya.

Hasil kesimpulan di atas, maka penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti mengenai *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* serta penulis menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif serta meneliti objek penelitian lain dengan

bidang yang berbeda sehingga memperluas penelitian ini agar menjadi bahan penelitian yang akurat.

Bibliography

- Afucrypto.com. (2020). *Finansial. 5 Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia Tahun 2020*.
- Alfi. (2021). *Finansial Perbankan. Efek Pandemi, Pengguna Aplikasi Jenius BTPN Naik Jadi 3,1 Juta*.
- Ashghar, Sayyid Ali, & Nurlatifah, Hanny. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40.
<https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Ashoer, Muhammad. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pelanggan Situs Toko Online Brodo. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(3), 238–251.
- Budiman, Arief, Yulianto, Edy, & Saifi, Muhammad. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Profit*, 14(01), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Harefa. (2020). *Finance. Jenius Terus Hadirkan Inovasi Berbasis Cerita Digital Savvy*.
- Herlambang, Admaja Dwi, & Dewanti, Arimbi. (2018). Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), 48.
- Moro, Alberto, Joanny, Geraldine, & Moretti, Christian. (2020). Emerging technologies in the renewable energy sector: A comparison of expert review with a text mining software. *Futures*, 117(January), 102511.
<https://doi.org/10.1016/j.futures.2020.102511>
- Pratama, Adi, Saleh, Fadli Moh, & Familia Zahra, N. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *A Case Approach to Perioperative Drug-Drug Interactions*, 2, 123–128.
- Prisanti, Mega Della, Suyadi, Imam, & Arifin, Zainul. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trus terhadap E-Customer Satisfaction serta Implikasinya terhadap E-Customer Loyalty. *Journal of Business Studies*, 2(1), 20.
- Susanti, Susi. (2018). *Sikap terhadap M-banking dan Dampaknya terhadap Behavioral Intention To Adopt M-banking (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Semarang)*. Fakultas Ekonomi UNISSULA.
- Tobagus, Anita. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA Anita. *Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra*, 6(9), 1–10. Retrieved from
<http://arxiv.org/abs/1011.1669%0Ahttp://dx.doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Ulum, Faruk. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68.
<https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Wardhana, Aditya. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, Vol. 10, pp. 273–284.
<https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.16>

- Zhao, Zhenzhen, & Balagué, Christine. (2015). Designing branded mobile apps: Fundamentals and recommendations. *Business Horizons*, 58(3), 305–315.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.004>
- Zufrizal. (2020). *Pengguna Mobile Banking di 4 Negara Ini Bakal Meroket*".



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.