

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, teknologi informasi dengan mobilitas tinggi tidak terlepas dari segala aspek kehidupan manusia. Dimana perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat telah mentransformasi aktivitas masyarakat menyadarkan mereka akan pentingnya kehadiran teknologi yang membuat mereka untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, efisien terutama dalam bertransaksi.¹

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi ini tidak pernah terlepas dari dunia Pendidikan. Salah satunya adalah Universitas Islam Sumatera Utara. Hal ini bisa dilihat dari peralatan teknologi seperti komputer dan alat elektronik lainnya yang mendukung perseorangan pembelajar dengan menggunakan internet dan juga mendukung perkembangan IPTEK. Perkembangan Teknologi ini juga memberikan pengaruh kepada mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) khususnya dalam penggunaan *Automatic Teller Machine (ATM)* dengan adanya *M-Banking* atau *mobile banking* khususnya dalam perbankan syariah.

Minat merupakan kesadaran dari seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah atau situasi yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Artinya, minat dilihat sebagai suatu kesadaran. Oleh karena itu, minat adalah suatu aspek

¹ Yudhi W. Arthana R., Novi Rukhviyanti “Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi technology acceptance model (TAM) dan theory of planned behaviour (TPB) “, (*jurnal Informasi*, Vol. VII No.1 /Februari/2015).

psikologis seseorang untuk memberikan perhatian yang tinggi terhadap suatu kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.²

Bank syari'ah di Indonesia sendiri melihat pemanfaatan teknologi memberikan efektifitas dalam memberikan pelayanan jasa. Bank syari'ah di Indonesia sendiri mengalami perkembangan yang cukup pesat, dimana Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim terbesar di dunia. Masyarakat mulai menyadari akan haramnya riba dalam bank konvensional dan mulai berpaling pada bank syari'ah yang lebih menekankan pada sistem bagi hasil dan prinsip-prinsip syari'ah. Allah berfirman dalam Al-Qur'an ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman". (Q.S Al-Baqarah: 278)³

Mobile banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syari'ah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam

² Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015, hal 16.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. ⁴Pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali bisnis perbankan.⁵ Salah satu aktivitas dan bentuk layanan public perbankan yang disediakan dan memanfaatkan teknologi adalah aplikasi *Mobile banking*.⁶

Fitur-fitur yang sering digunakan dalam *mobile banking* antara lain informasi saldo, transfer sesama bank, transfer antar bank, informasi mutasi rekening, pembelian voucher isi ulang pulsa, dan pembayaran tagihan. Meski fasilitas *mobile banking* menawarkan berbagai manfaat, faktanya minat mahasiswa untuk menggunakannya masih sangat rendah tercermin dari masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa UISU lebih menyukai transaksi perbankan secara manual. Selain hal tersebut masih banyak mahasiswa UISU yang menggunakan *mobile banking* hanya sekedar melihat saldo, sehingga mahasiswa tersebut tidak benar-benar mengetahui dan merasakan secara langsung banyaknya manfaat *mobile banking*. Namun, masih banyak mahasiswa yang belum terbiasa dan sulit memahami cara berinteraksi dengan menggunakan *mobile banking*.

Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja selama ada jaringan

⁴ Ahmad Yudin, *Skripsi: Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya*, (Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2021), Hal.2-3.

⁵ Hafid Nur Yudha, Jaka Isgiyarta, "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)", *Diponegoro Journal Of Accounting*, Semarang, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, h. 1.

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 193.

layanan data dan *mobile banking* dapat diakses dengan lancar. Transaksi dapat dilakukan 24jam serta real time⁷ Pertumbuhan pesat digital banking tersebut sudah direspon perbankan dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dengan menyediakan produk dan layanannya yang semakin beragam, sekaligus meningkatkan efisiensi dan daya saing industri perbankan.⁸

Dalam aplikasi *mobile banking* terdapat suatu faktor kemudahan yang telah banyak diketahui oleh masyarakat, kemudahan penggunaan juga diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi. Seperti pada hadist berikut ini:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا أَقْبَضَ

“Bahwasannya Rasulullah Saw bersabda: “Allah akan merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli, dan ketika memutuskan perkara.” (HR.Bukhari)

Fasilitas *mobile banking* dapat menjawab tuntutan mahasiswa UISU yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui telepon seluler. Meskipun banyak keuntungan yang didapat oleh mahasiswa UISU, namun pada kenyataannya layanan ini jarang digunakan oleh mahasiswa UISU dan cenderung kurang diminati. Mahasiswa UISU lebih senang melakukan transaksi via ATM atau

⁷ Supriyanto Maryanto, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: CV Andi Offset 2011) hal. 65

⁸ al. 65 5 Chandra, Ardan Adhi, OJK Terbitkan Panduan Bank Untuk Membuka Kc Digital. Kabar Berita. Jakarta: Detikfinance. Diambil dari: <https://finance.detik.com/moneter/d-3400245/ojk-terbitkan-panduan-bank-untukmembuka-kantorcabang-digital,2017> (di akses pada 1 September 2019)

dengan antri di bank. Pada kenyataannya pengguna *mobile banking* di Indonesia lebih sedikit dibandingkan dengan pengguna internet.

Mobile banking menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan mobile banking bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk melakukan transaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik. Bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan mendapatkan informasi dunia perbankan secara cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksi. Kemudahan tersebut mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telephone seluler dan internet.

Jadi, dengan adanya fasilitas *mobile banking* yang disediakan oleh pihak bank, maka akan mempermudah nasabah dalam bertransaksi kapan saja, dan dimana saja. Bagi nasabah yang sibuk dengan aktifitasnya, maka akan sangat merepotkan jika harus antri berlama-lama di bank untuk melakukan transaksi pembayaran dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang menjadi minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* sehingga dari permasalahan tersebut peneliti ingin menelusuri lebih jauh terkait dengan permasalahan ini. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“PENGARUH**

MINAT MAHASISWA UISU DALAM PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARI'AH".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah umum tersebut dapat diuraikan masalah-masalah khusus sebagai berikut:

1. Apakah berpengaruh minat mahasiswa UISU dalam penggunaan layanan *mobile banking* pada bank syari'ah?
2. Bagaimana penggunaan layanan *mobile banking* pada Bank Syari'ah terhadap mahasiswa UISU?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh minat mahasiswa UISU dalam penggunaan layanan *mobile banking* pada bank syari'ah.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan layanan *mobile banking* terhadap mahasiswa UISU.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka kegunaan ataupun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini adalah bagi nasabah untuk menambah wawasan tentang pengaruh minat mahasiswa dalam penggunaan layanan *mobile banking* pada Bank Syari'ah dan dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Secara Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan bagi mahasiswa untuk mengetahui layanan *mobile banking* khususnya pada Bank Syari'ah.

2) Bagi Bank Syari'ah

Penelitian ini diharapkan nantinya bisa menjadi rujukan pada pihak Bank Syari'ah untuk melihat aspek apa saja yang menjadikan minat nasabah khususnya mahasiswa dalam penggunaan layanan *mobile banking* sehingga data tersebut dapat menjadi rujukan agar Bank Syari'ah dapat lebih meningkatkan penggunaan fitur dan layanan *mobile banking*.

c. Secara Akademis

- 1) Sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.
- 2) Memberikan masukan kepada akademisi untuk pengembangan pola pikir terhadap kegiatan ekonomi secara Islami.

D. Batasan Istilah

Adapun Batasan istilah dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Minat artinya “dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu”

2. *Mobile banking* artinya “layanan fasilitas yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*”
3. Penggunaan Layanan artinya “Kegiatan memberikan pemahaman kepada individu-individu yang berkepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk menjalani suatu tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah suatu tujuan atau rencana yang dikehendaki”
4. Bank syariah artinya “bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari’ah atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

E. Hipotesis

Hipotesis ialah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban yang empiris dengan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan *mobile banking* pada bank syariah terhadap minat mahasiswa UISU.

Ha: Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan *mobile banking* pada bank syari’ah terhadap minat mahasiswa UISU.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman serta pembahasan, penelitian ini disajikan secara sistematis. Penelitian ini akan disajikan menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 3 bab yang akan berkelanjutan dan berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan yang berguna untuk membantu peneliti mengarahkan fokus kajian yang akan dilakukan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini berisi terhadap beberapa teori ataupun referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini. Pada kajian teori akan membahas teori mengenai minat mahasiswa, *mobile banking*, dan Bank Syari'ah.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi yang meliputi; Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel dan Indikator, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, dan Pengolahan Data.

BAB IV : Laporan Hasil Penelitian

Dalam hal ini penulis mengemukakan tentang Deskripsi Hasil Penelitian, Pengujian Instrumen Penelitian, Pengujian Hipotesis, dan Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan Saran.

Pada bab terakhir ini adalah penutup yang terdiri atas Kesimpulan dan beberapa Saran yang disampaikan kepada berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Tinjauan Umum Minat Mahasiswa

1. Pengertian Minat

Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya. Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motoric dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.⁹

Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat nasabah merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.

⁹ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011)

¹⁰ Pada dasarnya seseorang memiliki keinginan dan kehendak untuk membeli sesuatu guna memenuhi kebutuhan untuk hidupnya. Minat (*intrinsic*) adalah kondisi seseorang yang merasa tidak nyaman yang menimbulkan dorongan yang datang dari pengaruh luar atau lingkungan untuk melakukan perilaku atas tindakan (ekstrinsik) untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu dorongan dari diri sendiri untuk melakukan sesuatu yang dibutuhkan. Seseorang yang berminat pada suatu objek maka akan melakukan tindakan yang diinginkan sehingga dapat dikatakan minat merupakan perilaku seseorang.

2. Tahapan Minat

Tahapan minat konsumen dapat dipahami melalui model AIDA sebagai berikut:

a. Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

¹⁰ Dwitya Pratiwi Wulandari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam", *Skripsi* (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018), 8.

c. *Hasrat (Desire)*

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

d. *Tindakan (Action)*

Pada tahapan ini pelanggan telah mempunyai kemandirian yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

3. *Minat dalam Konsep Syari'ah*

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemenuhan kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”.¹¹ Minat merupakan keinginan

¹¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 158.

individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akan dilakukan.

4. Cara Pembentukan Minat

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- b. Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- c. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- d. Belajar dari pengalaman.

5. Jenis-Jenis Minat

Terdapat dua jenis minat yaitu minat personal (individual) dan situasional.

Penjelasan mengenai jenis minat yaitu sebagai berikut:

a. Personal *interest*

Personal *interest* atau *individual interest* adalah aspek yang lebih enduring (tahan lama) pada diri seseorang. Personal interest (persepsi,

keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik.

a. *Situasional interest*

Situasional interest adalah aspek yang berumur lebih pendek. Minat situasional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar, seperti hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional. Minat itu sendiri memiliki sifat dan karakter khusus, yang akan dijelaskan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

Minat bersifat pribadi (individual) ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.

- a. Minat menimbulkan efek deskriminatif.
- b. Erat hubungannya dengan motivasi mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- c. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi sebab timbulnya minat terhadap sesuatu keputusan nasabah untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa secara garis besar yang berasal dari dalam individu (internal) dan berasal dari luar lingkungan

(eksternal).¹² Faktor internal yang mempengaruhi minat yang bersumber dari dalam individu yang bersangkutan. Dalam faktor internal terdiri atas:

a. Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa diperspepsikan berbeda oleh individu yang berbeda persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, Pendidikan, minat, perhatian, dan sebagainya.¹²

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal.

c. Motivasi dan Keterlibatan

Motivasi merupakan adanya suatu kebutuhan dan kebutuhan sendiri biasanya muncul karena konsumen merasakan ketidak nyamanan antara yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya.

d. Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang. Pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), h.41.

e. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan pada diri seseorang yang biasanya dipengaruhi oleh kejadian dan pengalaman yang tidak terduga sebelumnya dan ditunjukkan terhadap suatu objek, bisa personal atau nonpersonal. Sikap dan keyakinan merupakan daya yang kuat dan langsung memengaruhi persepsi serta perilaku konsumen. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi, persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

f. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif, dan psikomotor secara konsisten dan relative permanen. Pembelajaran terjadi ketika nasabah (konsumen) berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Mereka akan terus berusaha/mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar-benar puas.

g. Kelompok Usia

Usia mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan.

h. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, melanjutkan uang dan memanfaatkan waktunya. Karena dalam suatu aktivitas yang dilakukan seseorang maka akan

berpengaruh terhadap pembelian suatu produk.

Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang bersangkutan dengan:

a. Budaya

Budaya merupakan variable yang mempengaruhi perilaku konsumen (nasabah) yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.

b. Kelas Sosial

Kelompok sosial merupakan pengelompokan seseorang melalui pemilikan atau pengetahuan dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka. Kelas sosial ditentukan dalam banyak faktor antara lain pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, pemilikan, orientasi nilai.

c. Keanggotaan dalam suatu kelompok

Keanggotaan dalam suatu kelompok merupakan sebuah kelompok tertentu. Dengan setiap orang akan bergabung alasan bergabungnya individu dengan satu kelompok bisa bermacam-macam, misalnya karena suatu hobi, profesi, Pendidikan, suku, etnis, agama, karena suatu kelompok akan mempengaruhi perilaku anggotanya termasuk konsumen (nasabah) dalam pembelian suatu produk.

B. Tinjauan Umum Pada Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya.

Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu.

Internet banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dengan *website* milik bank yang dilengkapi dengan system keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanna atau jasa *internet mobile banking*.¹³

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone *GSM (Global for Mobile Communication)* dengan menggunakan *SMS (Short Message Service)*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah. *Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun.

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *Mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal.¹⁴

¹³ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2005), hal.21.

2. Sejarah *Mobile Banking*

Mobile banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh *Excelcom* pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *Mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat.

Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh duniamembuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *mobile banking*. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi *mobile banking*. Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *mobile banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna *mobile banking*.

SMS banking dan *mobile banking* adalah bagian dari E-Banking, *Perbankan Elektronik* yang juga dikenal dengan *internet banking* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan baik pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Teknologi yang semakin canggih setiap zaman membuat makin

¹⁴ Dwitya Pratiwi Wulandari, op.cit. hlm 11.

banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking* yang diatur melalui peraturan bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh Bank Umum Penyelenggaraan *internet Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan sebagainya. Bukti nyata bahwa mobile banking juga tersebar diseluruh dunia yaitu dapat dilihat dari perkembangan mobile banking yang ada di negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga Negara Amerika Serikat yang merupakan negara-negara besar pengguna *mobile banking*.¹⁵

3. Manfaat *Mobile Banking*

Mobile banking kini telah tersebar luas ke seluruh dunia tak hanya dinikmati oleh negara peluncur system *Mobile banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *mobile banking* dimana saja melalui perangkat *mobile banking* seperti handphone. Dengan adanya *mobile banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *mobile banking*, baik berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *SMS plain* (*SMS*

¹⁵ Syiva Noer Faturrozhiah, Skripsi: Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking. (Ponorogo: IAIN Ponorogo), Hal 38-40

Manual), yang biasa dikenal dengan *SMS Banking*.

SMS Banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan *mobile banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telpon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan signal GSM, layanan *mobile banking* dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja dan berdampak terhadap penggunaan teknologi.¹⁶

4. Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Secara khusus penggunaan *Mobile Banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah:

a. Bank

Dampak yang diberikan *mobile banking* bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b. Nasabah

Bagi nasabah mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya *mobile banking* akan semakin mempermudah nasabah dalam

¹⁶ Ibid., 14.

melakukan transaksi perbankan.

c. Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *mobile banking* akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli lagi pulsa untuk melakukan transaksi *mobile banking*.

5. Perkembangan *Mobile Banking*

Perkembangan *mobile banking* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan bisnis handphone atau telepon genggam/seluler. Dari sisi penggunaan seluler, tahun 2012 lalu tingkat penetrasi seluler di Indonesia mencapai 110%, sementara ditingkat global 86%. Pemanfaatan ponsel yang makin canggih ternyata memberikan kemudahan dalam pelayanan perbankan. Nasabah tidak perlu lagi mengantri di counter bank untuk membayar tagihan ataupun mentransfer. Cukup dengan menggunakan Mobile Banking, nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang cepat.

6. Cara Bank Memasarkan *Mobile Banking*

Bank sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa perbankan, bank menawarkan begitu banyak layanan dan kemudahan bagi para nasabahnya. Salah satunya yaitu menawarkan layanan *mobile banking* yang membantu para nasabah untuk bertransaksi dengan mudah, aman, nyaman dan cepat tanpa harus mengantri lebih lama di bank tersebut. Setiap bank memiliki caranya masing-masing untuk memasarkan produk dan layanan yang mereka punya. Seperti halnya PT Bank

Syariah memiliki kebijakan tersendiri untuk memasarkan produk dan layanannya. salah satu layanan yang mereka punya adalah layanan *mobile banking*.

Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah untuk memasarkan layanan *mobile banking* dengan cara menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening tabungan. Setelah proses pembukaan rekening telah selesai dilakukan oleh *customer service* untuk nasabah tersebut, selanjutnya *customer service* akan menawarkan layanan *mobile banking* kepada nasabah agar lebih memudahkannya dalam proses transaksi perbankan seperti transfer, pembelian pulsa listrik, dan lain sebagainya kecuali penarikan uang secara tunai.

Selain *customer service*, semua bagian dari karyawan bank tersebut juga berperan aktif dalam pemasaran layanan *mobile banking* ini. Misalnya saja security, didalam bank security bukan hanya bertugas sebagai penjaga keamanan dalam perusahaan beserta isinya dan mengawasi nasabah ketika melakukan transaksi namun security juga memiliki peranan untuk memasarkan produk dan layanan yang dimiliki oleh bank tersebut.

Selain itu, teller juga akan melakukan pemasaran untuk setiap produk yang terdapat di banknya. Teller juga akan menawarkan layanan *mobile banking* kepada nasabah. Ketika nasabah datang ke teller untuk melakukan penyetoran, teller akan melayani nasabah tersebut dengan baik, selanjutnya setelah transaksi penyetoran yang dilakukan selesai maka teller akan meminta sedikit waktu nasabah untuk mempromosikan layanan *mobile banking* kepada nasabah tersebut. Apabila nasabah tertarik untuk membuka layanan *mobile banking* tersebut maka teller akan

meminta security untuk mengarahkan nasabah ke *customer service* agar bisa membuka layanan *mobile banking*.

C. Tinjauan Umum Bank Syari'ah

1. Pengertian Bank Syari'ah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti / lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transactionfunction*).¹⁷

Bank syari'ah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syari'ah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syari'ah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syari'ah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga tahun 1999. Namun sejak adanya *krisis moneter* yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para *banker* melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu

¹⁷ M. Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006, 2.

terkena dampak *krisis moneter*. Para *banker* berpikir bahwa BMI, sarta-satunya bank syari'ah di Indonesia, tahan terhadap *krisis moneter*. Pada 1999, berdirilah Bank Syari'ah Mandiri yang merupakan *konversi* dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian *dikonversi* menjadi Bank Syari'ah Mandiri, bank syari'ah kedua di Indonesia.¹⁸

Undang-Undang No. 7 tahun 12 tentang Perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syari'ah tersebut secara teknis yuridis disebut “Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil”. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, istilah yang dipakai ialah “Bank Berdaarkan Prinsip Syariah”. Oleh karena pedoman operasi bank tersebut adalah ketentuan-ketentuan syariah Islam, maka bank yang demikian itu disebut “Bank Syari'ah”. Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syari'ah dalam pasal 1 angka 7 undang-undang tersebut, bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah disebut bank syari'ah.¹⁹

Bank syari'ah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syari'ah tidak hanya terfokus pada tujuan *komersil* yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan

¹⁸ Drs. Suharso et al., *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Semarang: CV.Widya Karya, 75.

¹⁹ Ibid

kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syari'ah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya.

Fungsi sosial yang paling tampak adalah aktivitas penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, hibah, dan waqaf (ZISWAF). Selain itu, bank syari'ah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kebajikan (*qardh*). Fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan distribusi dan sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama mereka yang sangat membutuhkan.

Bank pada dasarnya melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi *intermediasi* keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syari'ah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syari'ah juga mengamankan bank syari'ah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, *infak*, sedekah, *hibah*, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*)

sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).²⁰

Pelaksanaan fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan syari'ah dari aspek pelaksanaan prinsip kehati-hatian dan tata kelola yang baik dilaksanakan oleh OJK sebagaimana halnya pada perbankan konvensional, namun dengan pengaturan dan sistem pengawasan yang disesuaikan dengan kekhasan sistem operasional perbankan syari'ah. Masalah pemenuhan prinsip syariah memang hal yang unik bank syariah, karena hakikinya bank syariah adalah bank yang menawarkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kepatuhan pada prinsip syariah menjadi sangat *fundamental* karena hal inilah yang menjadi alasan dasar *eksistensi* bank syariah.

Pada tataran operasional pada setiap bank syariah juga diwajibkan memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang fungsinya ada dua, pertama fungsi pengawasan syariah dan kedua fungsi *advisory* (penasehat) ketika bank dihadapkan pada pertanyaan mengenai apakah suatu aktivitasnya sesuai syariah apa tidak, serta dalam proses melakukan pengembangan produk yang akan disampaikan kepada DSN untuk memperoleh fatwa. Selain fungsi-fungsi itu, dalam perbankan syariah juga diarahkan memiliki fungsi *internal audit* yang fokus pada pemantauan kepatuhan syariah untuk membantu DPS, serta dalam pelaksanaan *audit eksternal* yang digunakan bank syariah adalah *auditor* yang memiliki *kualifikasi* dan *kompetensi* di bidang syariah.

Secara umum terdapat bentuk usaha bank syariah terdiri atas Bank Umum dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan perbedaan pokok BPRS

²⁰ Rani Apriani dan Hartanto, *Hukum Perbankan Dan Surat Berharga* (Yogyakarta: CV BudiUtama, 2019), 1.

dilarang menerima simpanan berupa *giro* dan ikut serta dalam lalu lintas sistem pembayaran. Secara kelembagaan bank umum syari'ah ada yang berbentuk bank syari'ah penuh (*full-pledged*) dan terdapat pula dalam bentuk Unit Usaha Syari'ah (UUS) dari bank umum konvensional. Pembagian tersebut serupa dengan bank konvensional, dan sebagaimana halnya diatur dalam UU perbankan, UU Perbankan Syari'ah juga mewajibkan setiap pihak yang melakukan kegiatan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip syari'ah harus terlebih dahulu mendapat izin OJK.²¹

Bank syari'ah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.²²

2. Pelayanan Jasa Bank Syari'ah

Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syari'ah dengan berbagai produk jasa bank dan dibagi sesuai akadnya antara lain: *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *qard*, dan *sharf*. Dalam pelayanan jasa, bank syari'ah menerima pendapatan dalam bentuk *fee based income*.

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan

²¹ Made Warka dan Ade Hariyanto, "Kedudukan Bank Syariah Dalam Sistem Perbankan di Indonesia," *Iqtishadia*, Vol. 3 No. 2/Desember 2016, 236.

²² Ibid

tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*. Semakin ketatnya persaingan antarbank, membuat bank berlomba- lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing- masing jasa bank syari'ah.

3. Layanan *Mobile Banking* dalam Bank Syari'ah

Di era perkembangan teknologi yang begitu pesat dimasa sekarang, mendorong masyarakat khususnya generasi milenial semakin mendalami dunia digital. Dunia digital sudah mulai akrab dengan anak muda saat ini. Sebagai upaya pencegahan penyebaran virus agar tidak bertambah meluas di masa pandemi saat ini, perbankan syari'ah menggencarkan serta menyarankan nasabah agar bertransaksi menggunakan layanan digital yang telah disediakan. Transaksi perbankan dengan layanan digital diharapkan semakin mempercepat dan memudahkan transaksi nasabah tanpa perlu datang ke kantor bank bersangkutan. Layanan digital perbankan syari'ah kini sudah tidak kalah bagus dengan layanan digital bank konvensional. Berbagai terobosan telah dikembangkan demi memenuhi kebutuhan nasabah.

Digitalisasi perbankan syari'ah merupakan salah satu poin penting dari *roadmap* pengembangan perbankan syari'ah oleh Otoritas Jasa Keuangan

(OJK) 2020-2025. Digitalisasi perbankan syariah bertujuan agar bank syariah memiliki daya saing yang kuat. Layanan digital yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah akan memberikan nilai lebih di mata masyarakat untuk bertransaksi di perbankan syariah. Pada saat ini transaksi layanan digital perbankan syariah mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Seperti dilaporkan dari salah satu website bank syariah yaitu Bank Syariah Indonesia, Tbk (BSI) yang menyebutkan bahwa volume transaksi digital BSI selama masa pandemi hingga Maret 2021 menembus angka Rp.40,85T. Layanan BSI *Mobile* menyumbangkan peran terbesar (82,53%) secara tahunan. Kenaikan transaksi digital BSI secara umum dari Januari hingga Maret 2021 sebesar 43,3% yang meliputi BSI *Mobile*, *Internet Banking*, kartu debit serta ATM. Selain itu *info bank news* menyebutkan bahwa transaksi bank Syariah lainnya yaitu bank BCA Syariah dengan menggunakan *M-Banking* BCA Syariah pada masa pandemi meningkat dari 354 ribu (kuartal I) menjadi 419 ribu (kuartal II) pada tahun 2020. Hingga akhir 2020, transaksi BCA Syariah melalui *M-Banking* meningkat mencapai 547 ribu.²³

Kenaikan transaksi digital yang dialami BSI tidak terlepas dari semakin membaiknya fitur-fitur dan layanan yang dikembangkan oleh BSI. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI berusaha memenuhi kebutuhan nasabah sebaik mungkin. Saat ini BSI *Mobile* dilengkapi dengan fasilitas pembukaan rekening secara online yang sangat membantu nasabah. Fitur yang tidak kalah canggihnya yang dimiliki BSI *Mobile* saat ini adalah *Quick Response Code Indonesian*

²³ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah*, 24.

Standard (QRIS). QRIS merupakan sistem pembayaran dengan menggunakan *barcode* dari Bank Indonesia (BI).

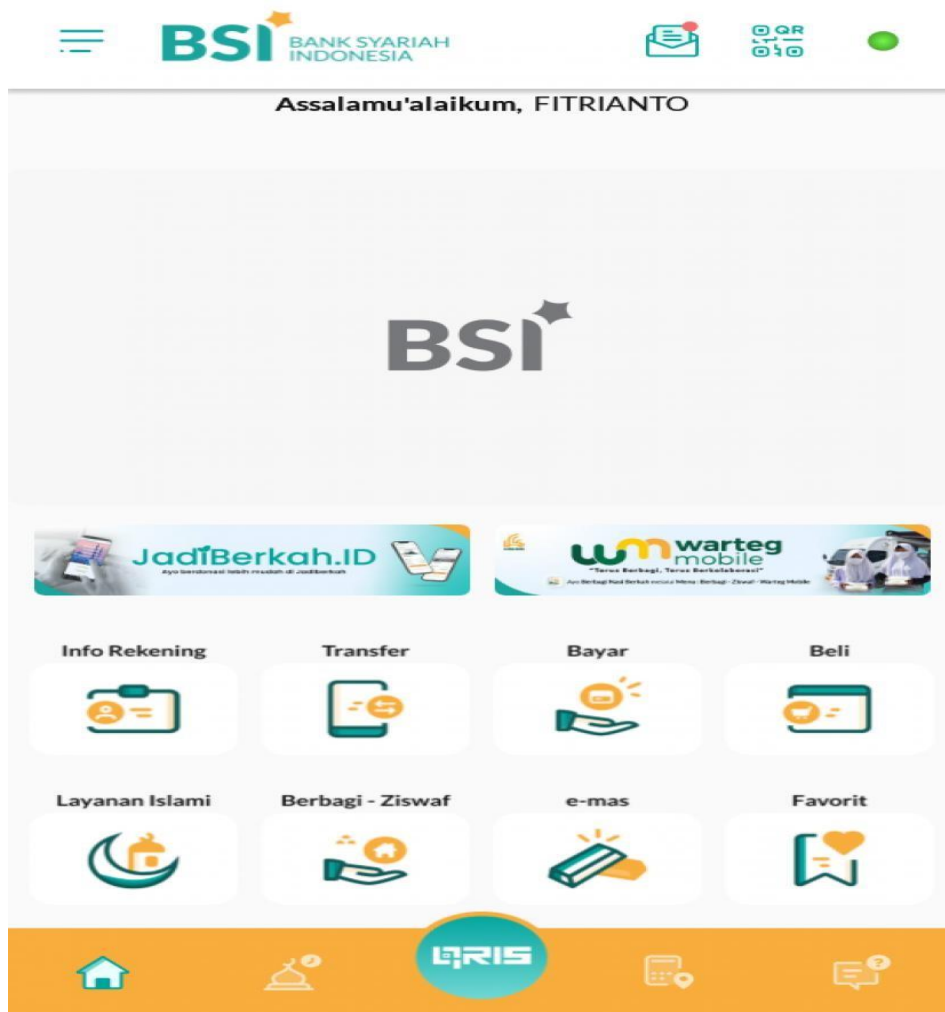
QRIS bertujuan untuk mempermudah serta mempercepat dalam transaksi pembayaran serta memiliki tingkat keamanan yang tinggi. BSI *Mobile* juga menyediakan fitur pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah serta Wakaf (ZISWAF) untuk mengakomodasi kebutuhan nasabah Muslim. Selain fitur-fitur yang sudah disebutkan sebelumnya, tentunya BSI *Mobile* masih banyak memiliki fitur lain yang semakin melengkapi kebutuhan nasabah.²⁴

Selain BSI *Mobile*, BSI juga memiliki saluran digital yang tak kalah menarik, yaitu BSI *Internet Banking* (BSI Net). Perbedaan paling mendasar antara BSI *Mobile* dengan BSI Net adalah ada beberapa fitur BSI Net yang tidak dimiliki oleh BSI *Mobile*. BSI Net dilengkapi dengan fitur transfer *Real Time Gross Settlement* (RTGS), merupakan fitur layanan dalam melakukan transaksi transfer ke bank lain dengan nominal besar (lebih dari Rp.100 juta/hari) dengan waktu cepat dan aman. Kelebihan lain dari BSI Net adalah limit transaksi yang lebih besar dari BSI *Mobile* yang dapat di *upgrade* sesuai kebutuhan.

Ada beberapa manfaat dari layanan digital yang dikembangkan oleh perbankan.

- a. *Pertama*, layanan digital yang diberikan kepada nasabah merupakan upaya perbankan syariah Indonesia dalam mendukung program percepatan transformasi dibidang ekonomi dan bisnis.

²⁴ Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, (Cet. 1, Jakarta : GP PressGroup, 2014), 202.



(Gambar 2.1 Pelayanan dalam *mobile banking* BSI)

- b. *Kedua*, digitalisasi dalam perbankan syari'ah diharapkan mampu menciptakan suasana pekerjaan berbasis digital, mempermudah, mempercepat serta meningkatkan volume transaksi masyarakat dibidang ekonomi, khususnya perbankan.
- c. *Ketiga*, layanan digitalisasi yang dikembangkan perbankan syari'ah dapat meningkatkan inklusi keuangan syari'ah di masyarakat. Ini menjadi hal penting mengingat pemahaman masyarakat tentang keuangan syari'ah/perbankan syari'ah masih rendah. Digitalisasi

perbankan syariah diharapkan akan semakin mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi serta mendapatkan layanan keuangan syariah.

- d. *Keempat*, layanan digital perbankan syariah dapat meningkatkan *bergaining position* (posisi tawar) bank syariah di mata masyarakat, sehingga diharapkan semakin meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.

5. Ulama Indonesia (MUI).

D. Telaah Pustaka

Mengenai pokok masalah yang peneliti angkat mempunyai relevansi sejumlah teori yang ada dalam buku, jurnal, dan skripsi yang dijadikan sebagai rujukan dalam penyusunan skripsi ini. Diantara beberapa jurnal, skripsi, maupun buku yang mempunyai relevansi dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Telaah Pustaka

| No | Penulis/ Tahun | Judul Penelitian | Lokasi | Metode | Kesimpulan |
|----|---|---|--|-------------|---|
| 1. | Nur Makmuriyah dan Kartika Marella Vanni/2020 | <i>Analisis Faktor- Faktor yang Mempengar uhi Kepuasan Nasabah dalam Menggunak an Layanan Mobile Banking (Studi</i> | Bank Syari'ah Mandiri di Kota Semarang | Kuantitatif | Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa setiap variabel independen yang terdiri dari kemudahan penggunaan nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dan |

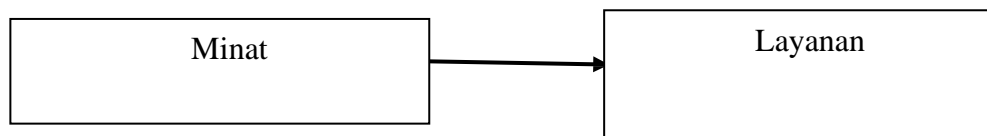
| | | | | | |
|----|---|--|---------------------------------------|-----------------------------------|--|
| | | <i>Kasus pada Nasabah Bank Syari'ah Mandiri di Mandiri di Kota Semarang</i> | | | dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima. |
| 2. | Rizka Hastuti dan Aditya Wardhana/ 2018 | <i>Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syari'ah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah</i> | Bank Syari'ah Mandiri | Kuantitatif , deskriptif analisis | Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan <i>mobile banking</i> dengan kepuasan nasabah. |
| 3. | Zakaria Harahap/ 2018 | <i>Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syari'ah Mandiri Kota Prabumulih</i> | Bank Syari'ah Mandiri Kota Prabumulih | Kuantitatif deskriptif | Hasil penelitian untuk uji determinasi menunjukkan R Square sebesar 0,738 yang berarti bahwa variabel layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah adalah 73,8% sedangkan sisanya 26% ($100\% - 73,8 = 26,2\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. |

| | | | | | |
|----|-----------------------|---|--|-------------|--|
| 4. | Binti Mukaromah/ 2021 | <i>Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syari'ah</i> | Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung | Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variable motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan Mobile Banking Bank Syari'ah. |
| 5. | Lesti/2019 | <i>Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking (Pada Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu)</i> | Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu | Kuantitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji simultan/bersama atau uji f yang dilakukan bahwa F_{hitung} sebesar 112,364 dengan tingkat signifikansi $(0,00 < 0,05)$ dimana diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $(112,364 > 2,70)$. Sehingga dapat |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | disimpulkan bahwa kebermanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking. |
|--|--|--|--|--|---|

E. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka penelitian disusun dalam bagan/sketsa gambaran bagaimana Pengaruh Minat Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Bank Syari'ah sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran