

**ANALISIS SISTEM LAYANAN *MOBILE BANKING* DALAM
MENARIK MINAT NASABAH DI PT BANK SYARIAH
MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU YOGYAKARTA
KALIURANG**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:
NIA KURNIA
NIM. 1617202111

**JURUSAN PERBANKAKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Nama : Nia Kurnia
Nim : 1617202111
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program studi : Perbankan Syariah
Judul : **Analisis Sistem layanan Mobile Banking dalam Menarik Minat Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.**

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto 20 Juli 2020



Nia Kurnia
NIM. 1617202111



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


ANALISIS SISTEM LAYANAN MOBILE BANKING DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP YOGYAKARTA KALIURANG

Yang disusun oleh Saudari **Nia Kurnia** NIM 1617202111 Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **06 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang Penguji


Dewi Lela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Ida. PW, S.E., Ak., M.Si., C.A.
NIDN. 2004118201

Pembimbing/Penguji



H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 20 Oktober 2020

Yang telah ditandatangani dan
Mengesahkan



Dr. H. Fajri Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19650921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan. Telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nia Kurnia NIM 161720111 yang berjudul :

Analisis Sistem Layanan *Mobile Banking* dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto 20 Juni 2020
Pembimbing,



H. Sochim Lc. Ms.i
NIP. 196910092003121001

**ANALISIS SISTEM LAYANAN *MOBILE BANKING* DALAM MENARIK
MINAT NASABAH DI PT BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR
CABANG PEMBANTU YOGYAKARTA KALIURANG**

NIA KURNIA

NIM. 1617202111

E-mail : niiakurnia021@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

PT Bank Syariah Mandiri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perbankan. Berbagai macam produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri untuk para nasabah, salah satunya yaitu fasilitas layanan *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem layanan *Mobile Banking* dalam menarik minat nasabah dan bagaimana cara pemasaran layanan *Mobile Banking* yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

Berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan penelitian observasi, wawancara (*interview*) kepada karyawan dan Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Sistem layanan *Mobile Banking* BSM Yogyakarta Kaliurang untuk menarik minat nasabah telah memberi kemudahan bagi nasabah tanpa harus mengunjungi bank, sistem layanan *Mobile Banking* BSM juga dapat memenuhi kebutuhan nasabah meskipun terdapat beberapa kendala. Namun hal tersebut dapat ditutupi karena aplikasi mandiri syariah *mobile* sering melakukan *peng updatean* aplikasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah. 2) Untuk menarik minat para nasabahnya PT bank syariah mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menerapkan sistem pemasaran dengan cara menawarkan langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening tabungan. PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang juga mengadakan promo berupa hadiah bagi nasabah yang ingin menggunakan aplikasi mandiri *Syariah Mobile*. PT bank syariah mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang telah menerapkan sistem pemasaran untuk menarik minat nasabahnya agar menggunakan layanan *mobile Banking* dengan baik, sehingga pengguna aplikasi mandiri *syariah mobile* di bank syariah mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang selalu meningkat.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, Pemasaran, Minat nasabah

**ANALYSIS OF MOBILE BANKING SERVICES SYSTEM IN
ATTRACTING CUSTOMER'S INTEREST IN PT BANK SYARIAH
MANDIRI OFFICE BRANCH OF YOGYAKARTA, KALIURANG**

NIA KURNIA

NIM. 1617202111

E-mail : niiakurniia021@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Islam Economic Ana Business Faculty State
Institute Of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

PT Bank Syariah Mandiri is a company engaged in banking services. A variety of products and services offered by PT Bank Syariah Mandiri for customers, one of which is the mobile banking service facility. This study aims to find out how the mobile banking service system attracts customer interest and how to market mobile banking services conducted by PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

Based on the purpose of this study is qualitative research. The type of data used primary data, And secondary data is observation research, interviews (interviews) with employees and customers at PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

The results of this study indicate that 1) BSM Yogyakarta Kaliurang Mobile Banking service system to attract customers has made it easier for customers without having to visit a bank, BSM Mobile Banking service system can also meet customer needs despite several obstacles. However, this can be covered because the Mandiri Syariah Mobile application often updates applications to meet customer needs. 2) To attract the interests of its customers, PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang applies a marketing system by offering direct to customers who come to open a savings account. PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang also held a promo in the form of prizes for customers who want to use the Syariah Mandiri Mandiri application. PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang has implemented a marketing system to attract the interests of its customers to use mobile banking services properly, so that the users of the Mandiri Syariah Mobile Application at Mandiri Syariah KCP Bank Kaliurang always increase.

Keywords : Mobile Banking, Marketing, Customer Intertest.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	La	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Da	Ş	es (dengan titik di bawah)

ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Abu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

متعددة	Ditulis	Muta'addiah
عادة	ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak di perlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sanadang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-aulya'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta'marbutoh hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة لغير	Ditulis	Zakat la-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	A
◌ِ	Kasrah	ditulis	I
◌ُ	Dammah	ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
----	---------------	---------	---

	جاهلية	ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + ya'	ditulis	A
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	furud

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	ditulis	al-quran
القياس	ditulis	Al-qiyas

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-sama
الشمس	ditulis	Asy-syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	ditulis	Ahl as-sunnah

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul “Analisis Sistem Layanan Mobile Banking dalam Menarik Minat Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang selalu kita nantikan *syafa'atnya* di *yaumul akhir*.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, pastinya tidak lepas dari doa, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu penulis ucapkan terima kasih atas seluruh bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Penulis sampaikan terima kasih mendalam kepada:

1. Dr. KH. Muhammad Roqib, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
2. Dr. H. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Kepala Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
7. H. Sochim, Lc., M,Si, selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.
8. Seluruh Dosen Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat

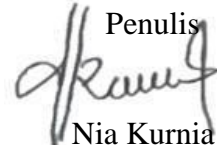
menyelesaikan skripsi ini.

9. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto
10. Orangtua penulis, Ibu Apong Yeni yang merupakan orangtua terhebat, Ibu Mimin, Bapak Enco, Ibu Enuy Nurjannah, dan Bapak Kelik nursetiyo yang merupakan keluarga penulis yang telah mencurahkan segenap kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis, semoga selalu diberi keberkahan dari Allah SWT.
11. Adik penulis, Nida Fitriyani, Rausyan Fikr, Gyasi kirana Afkari yang selalu menyemangati penulis, semoga selalu dimudahkan dalam segala urusan.
12. Kawan-kawan seperjuangan Perbankan Syariah C angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka dan duka semoga tidak akan pernah terlupakan.
13. Keluarga besar KSEI “Komunias Studi Ekonomi Islam” Purwokerto yang selalu memberi semangat dan dukungan, semoga kita tidak akan pernah saling melupakan.
14. Keluarga besar perusahaan Namina Food yang selalu memberi semangat dan motivasi, semoga semakin kompak dan usahanya semakin maju.
15. Semua pihak yang telah membantu, menyemangati, dan mendoakan penulis selama penyusunan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu, dibutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis dan pembaca sekalian.

Purwokerto 20 Juli 2020

Penulis



Nia Kurnia

NIM. 1617202111

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan.....	7
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Sistematika Pembahasan	20
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Mobile Banking.....	22
1. Pengertian mobile Banking	22
2. Faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada pengguna mobile Banking.....	25
B. Minat Nasabah.....	27
1. Pengertian minat.....	27
2. Macam-macam minat.....	29
3. Faktor-faktor dalam menarik minat Nasabah.....	30
4. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan mobile Banking.....	32
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40

B. Sumber Data.....	40
C. Teknik Pengumpulan Data.....	41
D. Teknik Analisis Data.....	42
E. Uji Keabsahan Data.....	44

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang	47
1. Sejarah.....	47
2. Visi dan Misi.....	48
3. Struktur Organisasi.....	49
4. Bentuk-bentuk pelayanan Bank Syariah Mandiri.....	50
.....	
B. Sistem Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri	54
1. Mobile Banking bank Syariah Mandiri.....	54
2. Sistem layanan mandiri Syariah Mobile.....	58
C. Sistem Pemasaan <i>Mobile Banking</i> pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.....	83
.....	

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan.....	87
.....	
B. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Aset Terbesar	5
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1	Alasan Menggunakan Fasilitas Mobile Banking	74
Tabel 4.2	Keamanan Dan Kenyamanan Mobile Banking	75
Tabel 4.3	Kepuasan Dalam Menggunakan Mobile Banking	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi	44
Gambar 4.2	Data Pengguna Aplikasi Mandiri Syariah Mobile.....	42
Gambar 4.5	Proses Mengetahui Informasi Saldo	52
Gambar 4.6	Proses Transfer Antar Bank.....	53
Gambar 4.7	Tranfer Antar Rekening Di BSM	55
Gambar 4.8	Pembelian Token Listrik PLN	57
Gambar 4.9	Pembelian Voucher Hp.....	59
Gambar 4.10	Pembayaran PLN	60
Gambar 4.11	Pembayaran Tagihan Telkom Pay	61
Gambar 4.12	Pembayaran Tiket	62
Gambar 4.13	Pembayaran Asuransi	63
Gambar 4.14	Pembayaran Infaq	64
Gambar 4.15	Menu Favorit	65
Gambar 4.16	Menu Share	66
Gambar 4.17	Pembukaan Rekening Tabungan Mabrus	67
Gambar 4.18	Mengetahui ATM Dan Kantor BSM Terdekat.....	68
Gambar 4.19	Transaksi Menggunakan QR Pay	69
Gambar 4.20	Mengetahui Waktu Sholat	70
Gambar 4.21	Layanan Untuk Mengetahui Hadist	71
Gambar 4.22	Aplikasi Sosial Media Yang Terkait.....	72
Gambar 4.23	Menu Call Center.....	73
Gambar 4.24	Proses Pendaftaran Mandiri Syariah Mobile	77
Gambar 4.25	Proses Download Aplikasi Mobile Banking.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi.

Menurut Thomas Jul selaku presiden Ericsson Indonesia menyampaikan bahwa penetrasi *smartphone* di Indonesia pada tahun 2015 sebanyak 38% dan diperkirakan hingga 2021 akan meningkat menjadi 98%. Thomas Jul juga menyampaikan Indonesia merupakan negara tertinggi di Asia Tenggara dan Oceania, tercatat dengan hampir 100 juta pengguna di tahun 2015 dan diprediksi tumbuh menjadi 250 juta pelanggan *smartphone* di akhir 2021. Hal tersebut berbanding lurus dengan penetrasi pengguna internet di Indonesia. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara jasa internet (APJII) Tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa sepanjang tahun lalu. Angka ini naik 10,12 dibandingkan dengan jumlah penduduk versi BPS sebesar 264,16 juta jiwa maka bisa dikatakan sudah ada 64,8% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Survei yang dilakukan sepanjang tahun 2016

menemukan bahwa 132,7 juta orang di Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8% dibandingkan dengan pengguna internet tahun 2014 lalu. www.TeknoKampus.com

Melihat fenomena minat orang begitu antusias dalam menggunakan internet. hal tersebut mengindikasikan bahwa teknologi merupakan bagian inti dari perkembangan strategi bisnis. Oleh karena itu, saat ini industri perbankan semakin gencar dalam membuat sistem yang menggabungkan antara teknologi informasi dengan *Financial*, Salah satunya *Mobile Banking*.

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi dan merupakan bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank syariah di Indonesia. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. (David Kurniawan, 2013, hal. 3)

Menurut penelusuran Tim Riset CNBC, dulu sebelum ada *Mobile Banking* dan *Internet Banking* untuk mentransfer uang saja perlu pergi ke cabang atau ATM. Namun dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan. Alasan ini merupakan salah satu penyebab dari pihak bank menentukan penawaran layanan *M-banking*.

Penggunaan *m-banking* sangat memberikan manfaat bagi nasabah sebagai contoh manfaat *m-banking* Bank Syariah Mandiri dapat digunakan untuk transaksi pemindah bukuan sesama Bank Syariah Mandiri, transfer antar bank, informasi saldo, mutasi rekening hingga 20 transaksi. Dengan kata lain *mobile banking* adalah distribusi bank untuk mengakses yang dimiliki nasabah dengan sarana telpon seluler untuk dapat melakukan aktivitas perbankan mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut. www.banksyariahamandiri.co.id

Setiap kemudahan yang ditawarkan oleh perbankan ada juga kelemahan yang menghambat aplikasi *mobile banking*. Salah satunya adalah nasabah harus berada pada wilayah yang mudah mengakses internet baik

menggunakan paket data seluler maupun *wifi*. Jika terjadi *blackspot* atau ketidak tersediaannya jaringan, maka layanan *m-banking* tidak bisa dilakukan. Hal itu bukan merupakan tanggung jawab pihak bank melainkan tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet *provider* yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan *m-banking*. Selain itu seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju menimbulkan kejahatan yang semakin berkembang juga, khususnya kejahatan pada dunia *internet* yang di sebut *cybrecrime*. Hal ini menimbulkan rasa ragu pada nasabah yang menggunakan layanan pada *m-banking*. Dapat dikatakan bahwa transaksi *online* memiliki resiko yang tinggi karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya telah di proses secara tepat waktu atau tidak. Sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah pasti telah mempertimbangkan kemungkinan berbagai risiko. Seperti resiko bocornya PIN dan data pribadi nasabah, resiko dari serangan virus, resiko salah kirim atau bahkan nasabah melakukan kesalahan dalam mengetik. (Hadi, 2006, hal. 2)

PT Bank Syariah Mandiri sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa perbankan juga menyediakan fasilitas layanan *Mobile Banking* bagi para nasabahnya. *Mobile Banking* menjadi salah satu produk andalan PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena *M-banking* ini sangat membantu untuk memudahkan akses nasabah mengenai produk-produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri. Namun, karena adanya peningkatan dan perbaikan pada layanan *Mobile Banking* terdapat beberapa kendala Seperti terjadi kegagalan dalam melakukan pembukaan rekening *online*, terjadi kemacetan pengiriman atau gagalnya transaksi, yang disebabkan banyaknya pengguna *mobile banking* sehingga jaringannya kurang memadai. Namun hal tersebut tidak membuat nasabah pengguna *Mobile Banking* di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menurun, justru malah sebaliknya. Jumlah pengguna *mobile banking* sebanyak 2.042 orang mengalami peningkatan sebesar 50% dari tahun sebelumnya. Hal ini tak

luput dari pihak bank yang selalu ingin memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Sebagaimana dalam Al Quran surat An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yang artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

Menurut Project Manajer Region Head BSM Kanwil V Semarang Iman Himawan Ridwan Jumat di Solo Menyatakan jika nasabah sudah mengunduh aplikasi Mobile Banking melalui Play Store, secara otomatis logo BSM terdapat pada salah satu tombol percakapan. Pihaknya berharap dengan adanya kemudahan tersebut jumlah pengguna Mobile Banking BSM bisa meningkat 100 persen. Memang indikasi kenaikan selalu terlihat, sebelumnya jumlah pengguna Mobile Banking sebanyak 588.000 dengan jumlah transaksi mencapai 1.016.000 kali. Saat ini angka tersebut meningkat menjadi 973.000 pengguna dengan jumlah transaksi 2.293.000 kali. Meski demikian angka tersebut memilih relatif rendah jika dibandingkan jumlah nasabah BSM secara nasional mencapai 8 juta orang. www.antaraneews.com

Aplikasi *Mobile Banking* BSM ini bukan sekedar layanan perbankan, melainkan juga aplikasi untuk memenuhi kebutuhan ibadah umat Islam, seperti waktu *shalat*, lokasi mesjid terdekat, arah kiblat, serta fitur pembayaran zakat, sedekah dan wakaf. Perluasan fitur digital juga berdampak pada peningkatan pendapatan berbasis fee (FBI) yang naik 26,20% semula dari 541 miliar per triwulan II 2018 menjadi 649 miliar pada triwulan II 2019. Peningkatan FBI itu didorong meningkatnya transaksi di *e-banking*, termasuk melalui Mandiri Syariah *Mobile*. Mandiri Syariah terus meningkatkan fitur *biller*, *payment*, seta menjalin kolaborasi dengan *e-commere* untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Per triwulan II 2019 total pendapatan bersih Mandiri Syariah Rp 3,25 triliun, naik dari 2,87% triliun pada periode yang sama tahun lalu.

Pembiayaan yang tumbuh 14,58% mendorong meningkatnya pendapatan margin dan bagi hasil bank. Per triwulan II 2018. Pembiayaan yang disalurkan Rp62,37 triliun, naik menjadi Rp71,47 triliun per triwulan II 2019. <http://m.mediaindonesia.com>

PT Bank Syariah Mandiri selalu ingin memberikan layanan yang terbaik, hal itu dapat dilihat dari prestasi mandiri *syariah* sebagai peringkat 1 *Satisfaction* (fisik) Bank Umum Syariah. Peringkat 1 *Satisfaction (Teller)* Bank Umum Syariah, peringkat 1 *Satisfaction (ATM)* Bank Umum Syariah, peringkat 1 *Satisfaction* Bank Umum Syariah, peringkat *Loyalty* Bank Umum Syariah pada *Satisfaction Loyalty Engagement Award* 2018, serta Spesial Awards “Golden Trophy” pada *Banking Service Excellence Awards* 2018. www.mandirisyariah.co.id

Selain itu PT Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang menyumbangkan aset terbesar terhadap pangsa pasar perbankan *syariah*. Bank Syariah Mandiri juga merupakan bank umum *syariah* terbesar berdasarkan aset di Indonesia dengan total aset per Juni 2019 mencapai sekitar Rp100 triliun. kinerja membaik terlihat dari laba bersih mandiri *syariah* per triwulan II 2019 yang mencapai Rp551 miliar, naik 111,08% dari Rp261 miliar pada periode yang sama tahun lalu. Laba itu diperoleh dari naiknya pendapatan bank serta peningkatan efisiensi dan penjagaan kualitas pembiayaan. Hal tersebut diungkapkan kembali oleh m.bisnis.com yang di ungkapkan oleh Eric Thohir selaku menteri BUMN. Adapun dari keempat anggota himpunan bank milik negara, tiga di antaranya memiliki anak usaha Syariah berstatus bank umum Syariah berstatus bank umum Syariah. Dari ketiga BUS Himbara, aset terbesar dimiliki oleh PT Bank Syariah, kemudian diikuti PT Bank BNI Syariah dan PT Bank BRI Syariah Tbk.

Tabel 1.1 Jumlah Aset Terbesar

No	Nama Bank	Jumlah Aset
----	-----------	-------------

1.	Bank Sayriah Mandiri	Rp 98,55 Triliun
2	Bank BNI Syariah	Rp 51,12 Triliun
3	Bank BRI Syariah Tbk	Rp 42, 2 Triliun

Dengan penjelasan sebagai berikut : Pertama, PT Bank Syariah Mandiri dengan total jumlah sebesar Rp98,55 triliun. Kedua, PT Bank BNI Syariah dengan jumlah aset Rp51,12 triliun. Ketiga, PT Bank BRI Syariah Tbk. Dengan jumlah aset Rp42,2 triliun.

Direktur Utama Mandiri Syariah. Toni EB Subari, Menjelaskan dalam dua tahun terkahir mandiri *syariah* fokus pada pengembangan *digital banking* terutama perluasan fitur layanan Mandiri *Syariah Mobile*.

Berdasarkan prestasi yang telah diraih Bank Syariah Mandiri tersebut menjadikan Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dipilih sebagai subjek penelitian ini. wilayah Yogyakarta sendiri dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan penetrasi Perbankan Syariah di DIY selalu lebih tinggi dari nasional. Berdasarkan data kajian Ekonomi dan keuangan Regional Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2018, pertumbuhan aset secara keseluruhan perbankan syariah nasional mencapai angka 10,97%. Dari sisi pembiayaan juga tumbuh sekitar 7,5% dan dari sisi dana pihak ketiga (DPK) juga naik 9,5%. Aset perbankan syariah DIY tumbuh sekitar 11,39 %, dengan porsi pembiayaan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, yaitu sebesar 19,5 % sementara DPK tumbuh sekitar 11,93 %. Saat ini Yogyakarta merupakan sebuah area yang mewabahi 19 cabang, 3 kantor kas, dan 1 KSO pos, dan 4 *Payment Point*, salah satunya ialah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. <http://m.harianjogja.com>

Pada tahun 2015, Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang ditunjuk sebagai salah satu sampel penilaian bank *syariah* yang memiliki kualitas jasa pelayanan terbaik. Penilaian tersebut dilakukan oleh kantor wilayah Bank Syariah Mandiri dengan menunjuk seorang *Mystery Shopper* yang bertugas sebagai survei internal. Perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas *e-banking* di bank ini juga cukup pesat. Arif Triono

Supriyadi selaku *Branch Opration and Service Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menyatakan bahwa setiap tahun pengguna *e-banking* Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 jumlah pengguna ATM sebanyak 4.790 orang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna *internet banking* sebanyak 998 orang, mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna *mobile banking* sebanyak 2.042 orang mengalami peningkatan sebesar 50% dari tahun sebelumnya. (wawancara pak Arief tanggal 28 januari 2020) Pada bagian ini tak luput dari pihak bank yang telah bekerja keras untuk memasarkan layanan *Mobile Banking* kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang :

Analisis Sistem Layanan *M-Banking* Dalam Menarik Minat Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang.

B. Definisi Oprasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul di dalam penelitian ini dan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian sehingga dapat mempermudah pengertian, maka penulis perlu mendefinisikan istilah sebagai berikut:

1. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah salah satu fasilitas *E-channel* perbankan yang berupa aplikasi *handphone* dengan sistem android atau IOS. Biaya mengaksesnya disesuaikan dengan kuota internet. Aplikasi *mobile banking* ini bisa nasabah instal secara langsung melalui *handphone* (telepon seluler). Aktivitas layanan ini bisa dilakukan di mesin ATM dan juga langsung datang ke *customer service* pada bank yang bersangkutan. Dalam melakukan transaksi *financial*, bank akan menyediakan nomor telpon yang bisa dihubungi oleh nasabah. (Julius R, 2011, hal. 54)

2. Minat Nasabah

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. (Komarudin, 1994, hal. 112)

Minat nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum memutuskan untuk menjadi pengguna *Mobile Banking*. Indikator minat menjadi pengguna *Mobile Banking* meliputi ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang, keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin menggunakan dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari aplikasi *Mobile Banking* yang akan digunakan

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan rumusan masalah yakni :

1. Bagaimana Sistem Layanan *M-Banking* dalam menarik minat nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. ?
2. Bagaimana sistem pemasaran *Mobile Banking* yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dalam menarik minat nasabahnya?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem layanan *m-banking* dalam menarik minat nasabah.
2. Untuk mengetahui bagaimana sistem di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dalam menarik minat nasabahnya untuk menggunakan sistem layanan *Mobile Banking*

Manfaat dari penelitian adalah:

1. Bagi Akademik

Dalam Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk ilmu perbankan syariah. Khususnya dalam sistem layanan *m-banking* dalam menarik minat nasabah

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai wawasan dan pengetahuan tambahan untuk penulis tentang sistem layanan *m-banking* dalam menarik minat nasabah..

3. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dengan menjadi bahan bank dalam menarik minat nasabahnya untuk menggunakan sistem layanan *m-banking*.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bertambahnya wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat tentang sistem layanan *m-banking*.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan uraian, analisis kritis dan evaluasi terhadap teks-teks yang relevan baik saat ini maupun yang akan berkembang dengan pertanyaan *riset* atau topic anda. Kegunaan dari tinjauan pustaka ini adalah untuk menetapkan dasar pemikiran bagi *riset* yang dilakukan serta menunjukkan seberapa penting permasalahan *riset*.

Dalam penelitian ini, penulis menggali informasi dari buku buku maupun jurnal lain dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

Menurut Julius R *Mobile banking* adalah salah satu fasilitas *E-channel* perbankan yang berupa aplikasi *handphone* dengan sistem android atau IOS. Biaya mengaksesnya disesuaikan dengan kuota internet. Aplikasi *mobile banking* ini bisa nasabah instal secara langsung melalui *handphone* (telepon seluler). Aktivitas layanan ini bisa dilakukan di mesin ATM dan juga langsung datang ke *customer service* pada bank yang bersangkutan. Dalam melakukan transaksi *financial*, bank akan menyediakan nomor telpon yang bisa dihubungi oleh nasabah. (Julius R, 2011, hal. 54)

Pengertian lain *Mobile banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melalui jaringan internet. (Rahayu, 2015, hal. 3) Dengan kata lain *Mobile banking* merupakan jasa layanan bank atau keuangan dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile*. (Tiwari, 2007, hal. 243)

Melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan listrik dan telepon, maupun transfer sejumlah uang dari rekening pribadinya ke rekening orang lain. *Mobile banking* ini juga 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. Selain itu *mobile banking* juga merupakan salah satu hasil pengembangan *teknologi mobile* yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking* nasabah mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor bank untuk bertransaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan baru yang ditawarkan oleh bank terhadap pelanggannya. (Nurastuti, 2011, hal. 210)

Pemasaran merupakan dasar dari suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Adapun definisi manajemen pemasaran menurut kotler pemasaran sebagai fungsi dari sebuah organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada konsumen dan mengelola hubungan dengan konsumen untuk memberikan keuntungan bagi organisasi dan *steakholder*. Kutipan lain dari Kotler menyatakan bahwa pemasan dapat ditinjau dari dua definisi yaitu definisi sosial dan definisi manajerial. Definisi sosial ialah suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mana mereka akan mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lainnya. Sedangkan untuk definisi manajerial pemasaran sering digambarkan sebagai seni dalam menjual produk. (Kotler, 2008, hal. 96)

Definisi pemasaran *syariah* merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stakeholder* nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah islam. Selama tidak terjadi penyimpangan dari prinsip muamalah islami dalam suatu transaksi atau proses bisnis, maka segala bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan. (Kartajaya, 2006, hal. 145) Untuk itu sangat perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dalam melakukan pemasaran sebuah produk.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan untuk membuat pelanggan merasa senang dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keistimewaan dan keunggulan suatu produk atau layanan secara keseluruhan. Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. (Cahyani, 2016, hal. 5)

Kualitas layanan sebagai salah satu penentu keberhasilan penjualan dalam perusahaan terutama perusahaan jasa. Dan Kualitas layanan juga selalu diidentikkan dengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik memuaskan tingkat layanannya, maka akan semakin bermutu usaha tersebut, begitu pula sebaliknya. Salah satu strategi yang akan menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor jasa adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas tinggi. Kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. (Lupiyoadi, 2001, hal. 142)

Ruang lingkup layanan yang ditawarkan mungkin mencakup fasilitas untuk melakukan transaksi perbankan dan pasar saham, untuk mengelola akun dan untuk mengakses informasi yang diinginkan. *Mobile banking* biasanya didefinisikan sebagai aktivitas bisnis perbankan dengan bantuan perangkat *mobile* seperti ponsel atau PDA.

Layanan perbankan seluler harus memenuhi kriteria keamanan tertentu untuk memastikan pelanggan serta kelayakan bisnis. Berikut kriteria keselamatan *Mobile banking*: (Nurastuti, 2011, hal. 102)

1. Kerahasiaan.

Data harus dilindungi dengan cara melarang berbagai akses yang tidak terpercaya dari tempat pengambilan

2. Keaslian

Akses ke data diberikan hanya ketika identitas pengguna sudah dipastikan dan konfirmasi

3. Integritas

Teknik Enkripsi harus digunakan untuk menghindari manipulasi data selama transmisi. Bank dan nasabah, keduanya harus melakukan verifikasi integritas pada transmisi data dengan pemeriksaan validasi atribut tertentu yang belum ditetapkan

4. *Non-disputability*

Transaksi harus didokumentasikan secara terperinci dan dapat terlayani kembali dengan alasan yang tepat dalam jangka waktu yang lama agar nasabah memiliki catatan transaksi dan dapat melaporkan apabila ada perbedaan bank.

Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap penggunaan *mobile banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada pengguna *m-banking*. Enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking*

1. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *Mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan suatu website untuk diakses

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap kepada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan atau transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarakan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

4. Keandalan layanan 24 jam

Transaksi keuangan secara *mobile banking* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *mobile banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking* nya

6. Kecepatan koneksi jaringan

Konsumen atau nasabah dewasa memiliki tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak dapat pada sistem

perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. *Provider* jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan.

Menurut Djaramah Minat pada dasarnya merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. (Djamarah, 2008, hal. 92)

minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Seperti yang dikemukakan oleh Slameto minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. (Slameto, 2010, hal. 123)

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. (Komarudin, 1994, hal. 112)

Minat nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum memutuskan untuk menjadi pengguna *Mobile Banking*. Indikator minat menjadi pengguna *Mobile Banking* meliputi ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang, keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin menggunakan dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari aplikasi *Mobile Banking* yang akan digunakan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu :

1. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain

2. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi atau kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda. Misalnya pada pola belajarnya
5. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya. (Hasibuan, 2008, hal. 81)

Minat nasabah 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:

1. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud
2. Memberikan rangsangan dengan cara memberi hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek
3. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan rujukan terhadap berbagai jurnal penelitian yang berkaitan dengan apa yang hendak diteliti

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan
1.	Analisis Pengaruh	Berdasarkan penelitian tersebut persepsi kebermanfaatan,	perbedaan dari penelitian ini

	<p>Resepsi Kebermanfaatan ,Persepsi. Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>, Irwan Tirtana dan Shintia Permata Sari (2014)</p>	<p>persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>	<p>adalah objek dan metode penelitian yang digunakan. Persamaan dari penelitian ini sama sama membahas <i>mobile banking</i></p>
2.	<p>Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i> dengan Menggunakan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> Dan <i>Theory Of Reasoned Action</i>, David Kurniawan, Hatane Samuel, dan Edwin</p>	<p>berdasarkan penelitian ini maka terdapat hasil berupa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived ease of use</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,374. Pengaruh positif yang diberikan oleh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> adalah signifikan, karena memiliki nilai CR sebesar 2,368 dengan tingkat signifikansi 0,018 yang lebih kecil dari pada 5%. 2. <i>Perceived usefulness</i> memberikan pengaruh 	<p>perbedaan dari penelitian ini adalah objek. Persamaan dari penelitian ini Sama sama membahas <i>mobile banking</i>. Serta metode penelitian yang digunakan.</p>

	<p>Japariato (2013)</p>	<p>positif terhadap <i>attitude towards use</i> nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,247. Pengaruh positif yang diberikan oleh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>attitude towards use</i> adalah signifikan, karena memiliki nilai CR sebesar 2,682 dengan tingkat signifikansi 0,007 yang lebih kecil daripada 5%. <i>Perceived ease of use</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>attitude towards use</i> nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,337. Pengaruh positif yang diberikan oleh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>attitude towards use</i> adalah signifikan, karena memiliki nilai CR sebesar 3,165 dengan tingkat signifikansi 0,002 yang lebih kecil daripada 5%.</p> <p>3. <i>Attitude towards use</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>behavior</i></p>	
--	-----------------------------	---	--

		<p><i>intention</i> nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,052. Pengaruh positif yang diberikan oleh <i>attitude towards use</i> terhadap <i>behavior intention</i> adalah signifikan, karena memiliki nilai CR sebesar 2,680 dengan tingkat signifikansi 0,007 yang lebih kecil daripada 5%.</p>	
3.	<p>Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia, Aditya Wardhana (2015)</p>	<p>hasil dari penelitian tersebut sebagai berikut :</p> <p>1. Ditinjau dari kelima unsur kualitas layanan <i>m-banking</i> yaitu: <i>speed, security, accuracy, dan trust</i>. Maka disimpulkan bahwa institusi perbankan di Indonesia sudah memiliki fasilitas layanan <i>m-banking</i> yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna layanan <i>m-banking</i>, telah memenuhi aspek yang harus diberikan kepada nasabahnya bagi</p>	<p>perbedaan dari penelitian ini adalah tempat yang diteliti, metode penelitian dan objek penelitian. Persamaan dari penelitian ini Sama sama membahas <i>mobile banking</i></p>

		<p>nasabah pengguna layanan <i>m-banking</i> yang memang dibutuhkan oleh nasabahnya.</p> <p>2. Kepuasan nasabah pengguna layanan <i>m-banking</i> meliputi kepuasan atas kecepatan (<i>speed satisfaction</i>) kepuasan atas keamanan (<i>security satisfaction</i>), kepuasan atas akurasi (<i>accuracy satisfaction</i>) dan kepuasan atas kepercayaan (<i>trust satisfaction</i>) disimpulkan bahwa nasabah tabungan merasa puas terhadap kualitas layanan <i>m-banking</i> yang ditawarkan oleh pihak bank penyedia layanan <i>m-banking</i>.</p> <p>3. Pengaruh kualitas layanan <i>m-banking</i> terhadap kepuasan nasabah di Indonesia adalah sebesar 59,29% dan sisanya sebesar 40,71% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian</p>	
--	--	---	--

4.	Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan <i>Mobile Banking</i> , Heri Setiawan. (2016)	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank	perbedaan dari penelitian ini adalah objek, metode penelitian. Persamaan dari penelitian ini Sama sama membahas <i>mobile banking</i>
----	--	---	---

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan, Kajian Pustaka, Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Menguraikan Landasan Teori tentang sistem layanan M-banking, faktor yang mempengaruhi sikap terhadap pengguna mobile Banking, faktor dalam menarik minat nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang Ruang lingkup Jenis Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Menjelaskan tentang Analisis Data dan Hasil Pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisi yang digunakan.

BAB V PENUTUP

membahas mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, keterbatasan serta saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu fasilitas *E-channel* perbankan yang berupa aplikasi handphone dengan sistem android atau IOS. Biaya mengaksesnya disesuaikan dengan kuota internet. Aplikasi *mobile banking* ini bisa nasabah instal secara langsung melalui *handphone* (telepon seluler). Aktivasi layanan ini bisa dilakukan di mesin ATM dan juga langsung datang ke *customer service* pada bank yang bersangkutan. Dalam melakukan transaksi *financial*, bank akan menyediakan nomor *telepon* yang bisa dihubungi oleh nasabah. (Julius R, Bank dan Lembaga Keuangan, 2011 , hal. 54)

Pengertian lain *Mobile banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melalui jaringan internet. (Rahayu, Minan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan menggunakan kengka TAm, 2015 , hal. 3) Dengan kata lain *Mobile banking* merupakan jasa layanan bank atau keuangan dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile*. (Tiwari, The Mobile Commerce Prospects A strategi analysis of opportunities in the banking sector, 2007 , hal. 243)

Pengertian *M-Banking* menurut Riswandi, Budi Agus *M-Banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *M-Banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *M-Banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa

harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *M-Banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. (Riswandi, 2005 , hal. 83)

Melalui *mobile Banking* juga nasabah dapat melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan listrik dan telepon, maupun transfer sejumlah uang dari rekening pribadinya ke rekening orang lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi di mana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *M-Banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah. *Mobile banking* ini juga 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.

Selain itu *mobile banking* juga merupakan salah satu hasil pengembangan *teknologi mobile* yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking* nasabah mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor bank untuk bertransaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan baru yang ditawarkan oleh bank terhadap pelanggannya. (Nurastuti, Teknologi Perbankan, 2011, hal. 201)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan untuk membuat pelanggan merasa senang dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keistimewaan dan keunggulan suatu produk atau layanan secara

keseluruhan. Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. (Cahyani, Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta, 2016 , hal. 5)

Kualitas layanan sebagai salah satu penentu keberhasilan penjualan dalam perusahaan terutama perusahaan jasa. Dan Kualitas layanan juga selalu diidentikkan dengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik memuaskan tingkat layanannya, maka akan semakin bermutu usaha tersebut, begitu pula sebaliknya. Salah satu strategi yang akan menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor jasa adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas tinggi. Kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. (Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Edisi Pertama, 2001 , hal. 142)

Ruang lingkup layanan yang ditawarkan mungkin mencakup fasilitas untuk melakukan transaksi perbankan dan pasar saham, untuk mengelola akun dan untuk mengakses informasi yang diinginkan. *Mobile banking* biasanya didefinisikan sebagai aktivitas bisnis perbankan dengan bantuan perangkat *mobile* seperti ponsel atau PDA.

Layanan perbankan seluler harus memenuhi kriteria keamanan tertentu untuk memastikan pelanggan serta kelayakan bisnis. Berikut kriteria keselamatan *Mobile banking*: (Nurastuti, Teknologi Perbankan, 2011, hal. 102)

- 1) Kerahasiaan.

Data harus dilindungi dengan cara melarang berbagai akses yang tidak terpercaya dari tempat pengambilan

- 2) Keaslian

Akses ke data diberikan hanya ketika identitas pengguna sudah dipastikan dan konfirmasi

- 3) Integritas

Teknik Enkripsi harus digunakan untuk menghindari manipulasi data selama transmisi. Bank dan nasabah, keduanya harus melakukan verifikasi integritas pada transmisi data dengan pemeriksaan validasi atribut tertentu yang belum ditetapkan

4) *Non-disputability*

Transaksi harus didokumentasikan secara terperinci dan dapat terlayani kembali dengan alasan yang tepat dalam jangka waktu yang lama agar nasabah memiliki catatan transaksi dan dapat melaporkan apabila ada perbedaan bank.

2. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen pada Pengguna Mobile Banking

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada pengguna *m-banking*. Enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking*. (Riswandi, 2005, hal. 105).

a. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *Mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

b. Kemudahan suatu website untuk diakses

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap kepada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan atau transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebar dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*.

d. Kehandalan layanan 24 jam

Transaksi keuangan secara *mobile banking* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *mobile banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan *mobile banking*. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking* nya

f. Kecepatan koneksi jaringan

Konsumen atau nasabah dewasa memiliki tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak dapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut. *Provider* jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan.

B. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Di bawah ini terdapat pengertian menurut beberapa para ahli:

Minat pada dasarnya merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. (Djamarah, Psikologi Belajar, 2008 , hal. 92)

minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Seperti yang dikemukakan oleh Slameto minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. (Slameto, Belajar dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya, 2010 , hal. 123)

Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. Jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut. Minat ialah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat". Perhatian ialah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Di dalam gejala perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, tetapi unsur pikiran lah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai dengan minat. (Ahmadi, 2003 , hal. 151)

Dari pengertian minat menurut Abu Ahmadi adalah suatu perhatian seseorang pribadi yang menimbulkan perasaan yang kuat dari jiwa seseorang yaitu (kognisi, konasi, emosi). Jadi menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian kepada suatu obyek, kemudian timbullah perasaan kuat untuk memilih obyek tersebut. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati,

mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek. (Wahab, 2004, hal. 264)

Pengertian minat menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab adalah seseorang memberikan perhatian terhadap orang, aktifitas, situasi yang menjadi objek dengan memahami pada suatu usaha mengetahui secara dalam dan menguasainya. Dari situlah ada daya tarik dan perasaan senang dari objek tersebut. Perbandingan dari kedua pendapat dari para ahli yaitu, pendapat Abu ahmadi minat seseorang dari pengenalan suatu objek, kemauan pada suatu objek dan perasaan pada suatu objek. Sedangkan menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab minat seseorang timbul perasaan senang dengan upaya mengetahui dan menguasai seluruhnya yang berhubungan dengan objek tertentu.

Dari pengertian minat dari Abu Ahmadi, Abdul Rahman Shalih Muhibid dan Abdul Wahab, peneliti memilih pendapat dari Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab. Alasannya adalah sebelum minat timbul dan memilih objek tersebut kita harus mengetahui dan memahami melalui pendekatan yang berhubungan dengan objek tersebut layak diminati atau tidak. Sehingga dengan hal itu kita tidak akan salah memilih pada suatu objek.

Jadi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa minat nasabah merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal (objek) atau 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. (Komarudin, Kamus Perbankan, 1994, hal. 112)

Minat nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum memutuskan untuk menjadi pengguna *Mobile Banking*. Indikator minat menjadi pengguna *Mobile Banking* meliputi ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang, keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin menggunakan dan

keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari aplikasi *Mobile Banking* yang akan digunakan.

2. Macam-Macam Minat

Menurut Shaleha dan Wahab minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya) yaitu dengan berikut :

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intristik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara pengungkapan, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu :
 - 1) *Expressed Intertest* yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
 - 2) *Manifes Intertest* yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
 - 3) *Tested Interest* yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes obyektif.
 - 4) *Inventored Intertest* yaitu minat yang diungkapkan dengan terhadap sesuatu menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan. (Wahab, 2004 , hal. 78)

3. Faktor-Faktor dalam Menarik Minat Nasabah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu Diana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu

yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, misalnya : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian, dan yang dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain
- b. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda. Misalnya pada pola belajarnya
- e. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya. (Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan, 2008 : 81)

Sedangkan minat menurut Crow Ana Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu :

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. (Wahab, 2004 , hal. 87)

Dari faktor di atas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh diri sendiri maksudnya dorongan yang timbul untuk melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya, misalnya dorongan untuk makan menimbulkan minat untuk mencari makan. Minat

dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dan dalam ilmu pengetahuan, misalnya hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja. Sedangkan minat dari faktor emosional yaitu minat yang erat hubungannya dengan emosi, misalnya kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas. Sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan.

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.

Minat nasabah 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 memberi hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek
- c. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya

4. Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking

Minat menjadi nasabah dalam hal ini di asumsikan sebagai minat beli. Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap meong konsumsi. Menurut kinner dan Taylor minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Satu produk bisa dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang, perilaku pembeli konsumen sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya, rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembeli. Karakter pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli. (Kinner, 1995, hal. 128)

Menurut Kotler minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek yang lainnya. (Mason, 1990, hal. 132) Sedangkan menurut Mittal (1998) menemukan bahwa fungsi dari minat konsumen merupakan mutu produk dan mutu layanan. Minat konsumen untuk membeli suatu produk adalah berhubungan dengan karakteristik pada satu negara dan orangnya. (Mittal, 1998, hal. 94)

Menurut Carthy minat beli konsumen didefinisikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. (Carthy, 1993, hal. 145) Lalu Assael mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. (Assael, 2002, hal. 112)

Pengertian minat beli menurut Howard adalah minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli

produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. (Howard, 2003 : 134)

Pendapat lain ada yang mengatakan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu lebih lanjut dia mengatakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembeli atas satu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarasa) merekomendasikan *influencer*, memilih dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Selain itu juga Mason juga berpendapat bahwa naiknya daya tarik terhadap satu produk yang sudah ditetapkan dapat meningkatkan dapat meningkatkan tingkat konsumsi. Tingkat konsumsi di sini sama halnya dengan minat beli konsumen. (mason, 1990, hal. 192)

Dengan itu dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menggunakan mandiri *Syariah mobile* benar-benar dilaksanakan.

Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menggunakan *mobile banking* benar-benar di dilaksanakan. Indikator minat menggunakan *mobile Banking* meliputi ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* terdapat 3 faktor :

- a. Pengetahuan produk

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau didasari oleh seseorang. Sedangkan pengertian produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. (kamsir, 2005 , hal. 157)

Menurut kasmir pengetahuan merupakan informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Sedangkan produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Jadi, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila pemasar atau penjual dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka ia akan mudah mengonfirmasi kepada konsumen atau pelanggan untuk memastikan pembelian produk.

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

1) Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

2) Media

Media secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Contoh: media televisi, radio, koran dan majalah

3) Ketetapan informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Pada hakikatnya informasi tidak dapat diuraikan, sedangkan informasi

itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi

Jadi suatu pengetahuan produk dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Pada suatu pendidikan atau pelatihan seseorang dapat mengetahui dan dapat mengenal produk lebih menyeluruh, sehingga seseorang menjadi paham bagaimana cara menggunakan mobile Banking. Sedangkan faktor dari media masyarakat bisa melihat langsung dan mendengarkan manfaat dan keuntungan menggunakan *Mobile Banking*, yang terakhir adalah informasi yaitu mengetahui dari data dan observasi langsung ke lembaga. Setelah mengetahui langsung seseorang tersebut memaparkan kepada masyarakat atau orang terdekat sehingga memunculkan minat masyarakat tersebut untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk:

- a. Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau anggota di masa yang akan datang
- b. Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan. (Muhammad, 2014, hal. 229)

Menurut pendapat Muhammad, bahwa Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk yang pertama sangat penting dalam melakukan riset produk karena sangat penting untuk menemukan produk yang laris dijual. Sehingga dari konsumen dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau anggota di masa yang akan datang. Yang kedua, melakukan modifikasi produk maksudnya cara merubah bentuk sebuah barang yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan

fungsi aslinya baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

b. Layanan

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga. Dengan demikian sebelumnya kita harus mengetahui apa arti dari pelayanan itu sendiri, berikut pengertian pelayanan yaitu:

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dapat juga disebut perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan dan keinginan konsumen itu sendiri. (kotler, 2002 , hal. 83)

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa pelayanan atau *service* adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. pelayanan sangat penting, karena jika pelayanan diberikan dengan baik dan benar dapat menjadi daya tarik bagi nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*.

c. Promosi

Kata-kata promosi pasti sudah sering sekali kita lihat dan kita dengar setiap hari di sekitar kita. Mulai dari obrolan teman atau keluarga, dari media cetak, radio, televisi, internet dan lain-lain. tetapi mungkin masih banyak orang yang belum tahu dengan pengertian promosi, di bawah ini terdapat pengertian promosi menurut beberapa ahli yaitu: Promosi adalah kegiatan meong komunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk

mempengaruhi sikap dan perilaku. Tugas *manager* pemasaran dalam promosi adalah memberi tahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. (kamsir, 2005 , hal. 87)

Jadi dari ketiga faktor tersebut merupakan acuan asa nasabah berminat dalam menggunakan *Mobile Banking*. Di antaranya pengetahuan terhadap produk yaitu informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk. Kedua, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga. Yang ketiga, promosi yang memberi tahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya untuk tetap menggunakan *Mobile Banking*.



IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field Research*), merupakan penelitian yang menggunakan data-data yang diperoleh melalui studi lapangan dan kemudian disusun dengan cara mencatat dan mengumpulkan berbagai data serta informasi yang didapat di lapangan (Sugiyono, 2016, hal. 123) peneliti melakukan penelitian secara langsung pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang yang bertempat di Jl. Kaliurang Km.6,4 No B 6-A, Yogyakarta. Dimana penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2020 hingga data-data yang dibutuhkan untuk penyusunan skripsi telah terpenuhi.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang, tempat, data untuk variabel penelitian yang dipermasalahkan. (Arikunto, 2010 hal. 123) Subjek penelitian ini adalah PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Dan objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh penulis yaitu sistem kayanan *M-Banking* dalam menarik minat nasabah.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang dibutuhkan yaitu kata-kata dan tindakan orang yang diamati dan diwawancarai merupakan data utama (primer). Sedangkan sumber data lainnya bisa berupa sumber tertulis (sekunder) dan dokumentasi seperti foto.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh penelitian untuk menjawab masalah suatu tujuan penelitian yang

dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei atau observasi.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan atau responden. (Hermawan, 2005 hal. 142)

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara atau data yang dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dihasilkan melalui media atau perantara dan bukan data yang dihasilkan secara langsung. Data sekunder merupakan yang diperoleh dari pihak kedua, baik berupa orang ataupun catatan. Seperti buku, laporan, bulletin, atau majalah yang sifatnya dokumentasi. (Hermawan, 2005 hal. 143)

Adapun yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berasal dari PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Yang berkenaan dengan tema penelitian serta sumber lain berupa hasil laporan penelitian yang masih relevan dengan tema yang dibahas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi. (Sugiyono, kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods), 2016, hal. 132)

a. Observasi

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak (sugiyono, 2016, hal. 227) Dalam observasi penelitian ini

dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai sistem layanan *Mobile Banking* dalam menarik minat nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Klaiurang.

b. Wawancara atau interview

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. (sugiyono, 2016, hal. 231) teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai sistem layanan mobile Banking dalam menarik minat nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2016, hal. 142) metode dokumentasi pada penelitian ini adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Data yang digunakan berupa data-data primer seperti laporan naskah-naskah kearsipan dan data-data lainnya yang ada pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul baik data primer maupun data sekunder, maka langkah selanjutnya adalah menyusun secara sistematis hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi serta menganalisis data secara kualitatif dengan deskripsi-analisis, dimana nantinya dari metode analisis data ini akan diperoleh kesimpulan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam

unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dari yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori (Sugiyono, 2016, hal. 234-235)

Dalam menganalisis data kualitatif, peneliti menggunakan langkah-langkah sebagaimana yang dikembangkan *Miles* dan *Huberman*, yaitu sebagai berikut

a. Reduksi data (*data reduction*)

Meredukasi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. Ada beberapa layanan perbankan yang dapat dikategorikan sebagai *E-Banking* di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Diantaranya layanan ATM, Internet Banking, dan Mobile Banking. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian khusus pada *Mobile Banking*. Sistem layanan yang ada pada aplikasi *Mobile Banking* itu sendiri dan pemasaran untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking*.

b. Penyajian data (*data display*)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini *Miles* dan *Huberman* (1984) menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past*

has been narrative text.” Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. (Sugiyono, 2016, hal. 249)

Dalam hal ini, maka setelah peneliti memilih dan memilah data serta informasi maka penelitian akan terorganisasi dan tersusun, sehingga akan lebih memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi dan sejauh mana data yang telah diperoleh, sehingga dapat melakukan tindakan selanjutnya.

c. *Concluding drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut *Miles and Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2016, hal. 252-253)

G. Uji Keabsahan Data

Menurut Maleong, metode triangulasi merupakan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. (purhantara, 2010, hal. 102) Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik maupun triangulasi sumber.

Triangulasi teknik yaitu teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Sedangkan triangulasi sumber yaitu teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. (Sugiyono, 2016, hal. 274)

Dalam proses analisis data antara reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verivication* saling berkaitan. Artinya antara satu sama lain tidak dapat terpisahkan.

Dari penjelasan diatas, setelah peneliti memperoleh data-data yang dibutuhkan, maka tahap selanjutnya yaitu peneliti menganalisis data-data yang ada. Dari data-data yang dianalisis tersebut, akan menghasilkan suatu fakta-fakta yang dapat disimpulkan. Sehingga dapat diketahui bagaimana sistem layanan *Mobile Banking* dalam menarik minat nasabah dan sistem pemasaran *Mobile Banking* di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dalam menarik minat nasabahnya untuk menggunkan *Mobile Banking*.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang

1. Sejarah

Bank Syariah Mandiri terbagi menjadi tujuh Region atau wilayah. Region I (Sumatera I), Region I (Sumatera II), Region III (Jakarta), Region IV (Jawa I), Region V (Jawa II), Region VI (Kalimantan) dan Region VII (Indonesia Timur). Setiap Region atau wilayah akan terbagi lagi menjadi beberapa Area, di mana di setiap Area terdiri dari beberapa Kantor Cabang (KC). Kantor Cabang (KC) sendiri akan dibantu dengan Kantor Cabang Pembantu (KCP) dan Kantor Kas (KK) sesuai dengan kebutuhan di masing-masing daerah.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Yogyakarta yang beralamat di Jalan Jend. Sudirman No. 42, Terban, Gondokusuman, Yogyakarta berdiri pada tahun 2002, setelah PT Bank Syariah Mandiri berdiri pada tahun 1999. Pada saat itu, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Yogyakarta memiliki 2 Kantor Kas (KK) di Jalan Parangtritis dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Setelah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Yogyakarta berdiri, 3 tahun kemudian berdirilah Kantor Cabang Pembantu (KCP) pertama di daerah Yogyakarta, yaitu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kaliurang yang beralamat di Jalan Kaliurang Km. 5,2 Yogyakarta. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kaliurang berdiri pada bulan Juni 2005. Tiga tahun setelahnya yaitu pada tahun 2008, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kaliurang berpindah alamat di Jalan Kaliurang Km. 6,4 No. B6-A Yogyakarta hingga saat ini.

Setelah resmi berdiri, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kaliurang telah ramai dan memiliki banyak nasabah. Saat

itu layanan yang diberikan untuk aktivitas *funding* yaitu seperti tabungan, deposito dan giro dengan akad mudharabah maupun wadiah. Sedangkan pada aktivitas *lending* dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif. Produk pembiayaan produktif pada saat itu baru pembiayaan modal kerja dan investasi saja. Sedangkan produk pembiayaan konsumtif yaitu implan atau pembiayaan multiguna karyawan, PPR atau Pembiayaan Pemilikan Rumah, dan PPM atau Pembiayaan Pemilikan Mobil. Sedangkan produk seperti pembiayaan mikro dan layanan emas baru muncul pada tahun 2009.

Saat pertama berdiri Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kaliurang memiliki 11 karyawan yang terdiri dari *Branch Manager, Branch Operational & Service Manager*, dua orang Marketing, Back Office, Teller, Customer Service, Office Boy, Driver dan dua orang Security. Sedangkan pada tahun 2018 ini, total keseluruhan karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu (KCP) Kaliurang ada 23 orang karyawan. (wawancara Bapak Arief 15 Januari 2020)

2. Visi dan Misi

Visi :

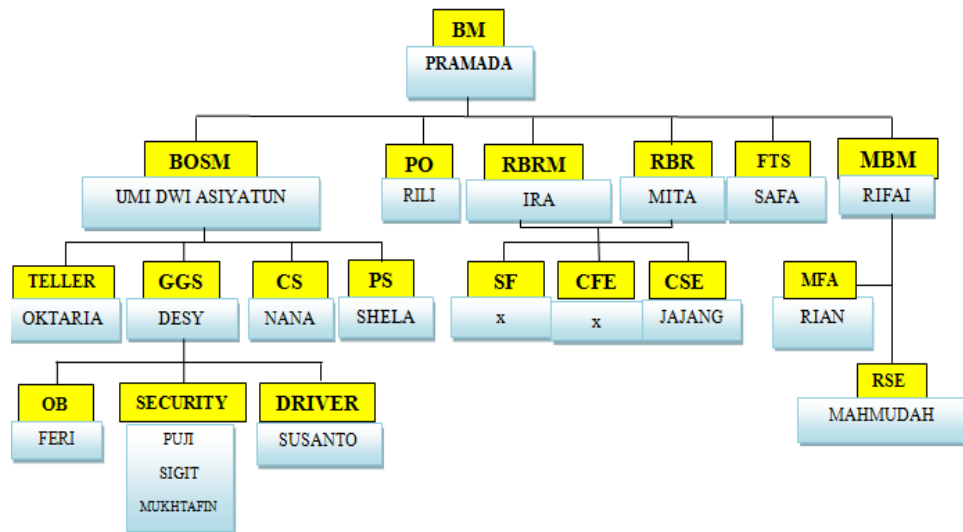
Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Modern

Misi :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1. Struktur Organisasi



Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang

Keterangan :

- BM : *Branch Manager*
- BOSM : *Branch Operational & Service Manager*
- TELLER : *Teller*
- CS : *Customer Service*
- PS : *Pawning Staff*
- GSS : *General Support Service*
- OB : *Office Boy*
- SECURITY : *Security*
- DRIVER : *Driver*
- PO : *Pawning Officer*
- RBRM : *Retail Banking Relation Manager*
- RBR : *Retail Banking Relation*
- SF : *Sales Force*
- CFE : *Consumer Financing Executive*
- CSE : *Consumer Sales Executive*
- FTS : *Funding Transaction Staff*
- MBM : *Micro Banking Manager*

MFA : *Micro Financing Analyst*

RSE : *Retail Sales Executive*

4. Bentuk-Bentuk Pelayanan Bank Syariah Mandiri Terhadap Nasabah

a. Pendanaan

1) Tabungan

a) Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah. Akad mudharabah muthlaqah adalah akad antara nasabah dan bank dimana nasabah memberikan kekuasaan penuh kepada pihak bank untuk mempergunakan dana milik nasabah untuk usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan. Bank Syariah Mandiri menawarkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah atas hasil dari usaha tersebut.

b) BSM Tabungan Berencana

Sama dengan Tabungan BSM, BSM Tabungan Berencana ini juga menggunakan prinsip mudharabah muthlaqah. Hanya saja pada tabungan berencana ini Bank Syariah Mandiri memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

c) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan simpatik ini menggunakan akad wadiah (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

d) BSM Tabungan Cendikia

Tabungan investa cendikia ini adalah tabungan berjangka yang ditujukan untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi asuransi. Tabungan investa cendikia menggunakan akad mudharabah muthlaqah.

e) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun BSM ini merupakan tabungan hasil kerja sama pihak Bank Syariah Mandiri dengan PT Taspen. Tabungan ini dikhususkan untuk pensiunan pegawai negeri di Indonesia dengan menggunakan mata uang rupiah dan akad *mudharabah mutlaqah*.

f) BMS Tabungan Mabruur

Tabungan *Marbrur* adalah tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang diperuntukan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

g) BSM Tabungan Mabruur Junior

Sama dengan BSM Tabungan Mabruur, hanya saja tabungan ini di khususkan bagi anak di bawah umur.

2) Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

3) Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

b. Pembiayaan

1) BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

2) Pembiayaan kepada Pensiunan

a) Pembiayaan Pra Pensiun

Pembiayaan pra pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan consumer untuk pembelian barang (kendaraan, renovasi rumah, pembangunan rumah, pembelian bahan baku/material untuk mendirikan usaha dan sejenisnya). Penggunaan jasa (pengobatan, pendidikan, dan sejenisnya) dan refinancing aset untuk keperluan multiguna. Skema pembiayaan menggunakan akad *murabahah*, *qard wal murabahah*, *ijarah*, *qard wal ijarah*, *musyarakah mutanaqisah (MMQ)*

b) Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

3) Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM merupakan pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

4) BSM Oto

BSM OTO merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*. Pembiayaan yang dapat dikategorikan sebagai BSM OTO adalah:

- a) Jenis kendaraan : Mobil.
- b) Kondisi kendaraan : Baru / Bekas.

Untuk kendaraan baru, jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.

5) Pembiayaan Usaha Mikro

Merupakan fasilitas pembiayaan ditujukan kepada nasabah wiraswasta atau pedagang. Dengan plafon pembiayaan sampai dengan Rp 200.000.000.

6) BSM Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

7) BSM Cicil Emas

BSM Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan

c. Jasa

1) Jasa Produk

a) BSM *Card*

b) BSM SMS *Banking*

c) BSM *Mobile Banking*

d) Transfer Uang Tunai

e) Pembayaran Melalui Menu pemindahbukuan di ATM

2) Jasa Operasional

3) Jasa Investasi. (Wawancara Mas Yusuf, 27 Januari 2020)

B. Sistem Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri

1. *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri

Mobile banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melalui jaringan internet. (Rahayu, Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dengan menggunakan kerangka TAM, 2015 : 3, hal. 3) Dengan kata lain *Mobile banking* merupakan jasa layanan bank atau keuangan dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile*. (Tiwari, *The Mobile a Commerce Prospects A strategi analysis of opportunites in the banking sector*, 2007, hal. 243)

Bank Syariah Mandiri (BSM) *Mobile Banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi 3G, 4G dan *Wifi* dengan sarana telepon seluler. Aplikasi ini dirilis tanggal 9 oktober 2014 dan telah diunduh oleh 500.000 orang.

Mandiri Syariah *Mobile Banking* menjadi salah satu produk andalan PT Bank Syariah mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang karena *M-banking* ini sangat membantu untuk memudahkan akses nasabah mengenai produk-produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri. hingga saat ini terus dikembangkan dengan tujuan untuk memudahkan akses nasabah produk-produk yang dimiliki oleh PT Bank Syariah Mandiri.

Bank Syariah Mandiri mengembangkan aplikasi *Mobile Banking* yang baru dengan nama Mandiri Syariah *Mobile* dikarenakan aplikasi sebelumnya sering mengalami masalah *Time out* yang membuat nasabah merasa tidak nyaman. Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* yang baru dirilis pada tanggal 12 april 2018 dan telah diunduh oleh 10.000 orang. Fitur ini dapat diunduh melalui *google play store*. Ada beberapa fitur yang diberikan oleh Mandiri Syariah *Mobile* beberapa di antaranya yaitu dapat melakukan pembukaan rekening berupa tabungan *Mabrur*, *Quick Response Pay* (QR), Sistem Kliring Nasional (SKN), Penambahan biller pembayaran, bukti transaksi otomatis tersimpan, dan terdapat fitur *E-money*.

Menurut Project Manajer *Region Head* BSM Kanwil V Semarang Iman Himawan Ridwan Jumat di Solo Menyatakan jika nasabah sudah mengunduh aplikasi *Mobile Banking* melalui *Play Store*, secara otomatis logo BSM terdapat pada salah satu tombol percakapan. Pihaknya berharap dengan adanya kemudahan tersebut jumlah pengguna *Mobile Banking* BSM bisa meningkat 100 persen. Memang indikasi kenaikan selalu terlihat, sebelumnya jumlah pengguna *Mobile Banking* sebanyak 588.000 dengan jumlah transaksi mencapai 1.016.000 kali. Saat ini angka tersebut meningkat menjadi 973.000 pengguna dengan jumlah transaksi 2.293.000 kali. Meski demikian angka tersebut memilih relatif rendah jika

dibandingkan jumlah nasabah BSM secara nasional mencapai 8 juta orang.

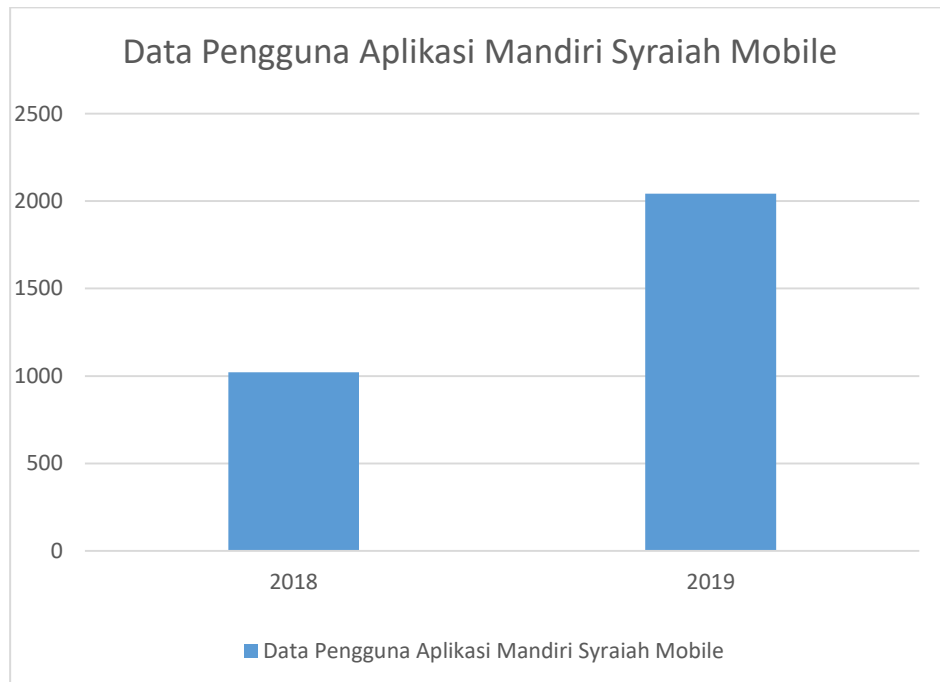
www.antaraneews.com

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem layanan *mobile Banking* dalam menarik minat nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang.

Dari penelitian yang dilakukan penulis dengan mewawancarai salah seorang karyawan di PT bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang didapat data sebagai berikut :

Pada tahun 2015, Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang ditunjuk sebagai salah satu sampel penilaian bank syariah yang memiliki kualitas jasa pelayanan terbaik. Penilaian tersebut dilakukan oleh kantor wilayah Bank Syariah Mandiri dengan menunjuk seorang *Myster Shopper* yang bertugas sebagai *survei internal*. perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas *e-banking* di bank ini juga cukup pesat. Arif Triono Supriyadi selaku *Branch Opration and Service Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menyatakan bahwa setiap tahun pengguna *e-banking* Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 jumlah pengguna ATM sebanyak 4.790 orang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna *internet banking* sebanyak 998 orang, mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna *mobile banking* sebanyak 2.042 orang mengalami peningkatan sebesar 50% dari tahun sebelumnya. (wawancara pak Arief, 28 Januari 2020)

Gambar 4.2. Data Pengguna Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*



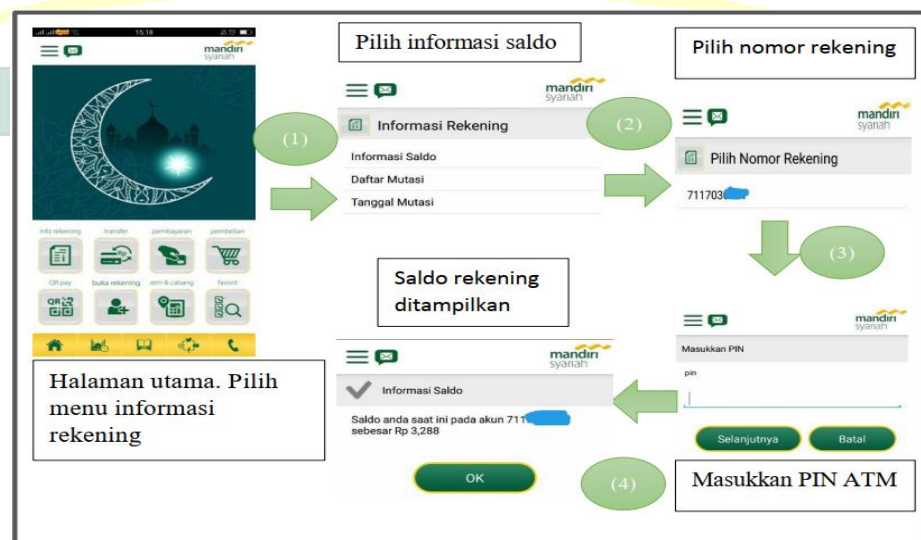
Sumber : Mandiri Syariah KPC Yogyakarta Kaliurang

2. Sistem Layanan Mandiri Syariah Mobile

Berikut sistem layanan mandiri *Syariah mobile*

1) Layanan Informasi Saldo

Gambar 4.5. Proses mengetahui Informasi Saldo



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah Mobile

Berdasarkan gambar di atas mengenai proses mengetahui informasi saldo pada aplikasi mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

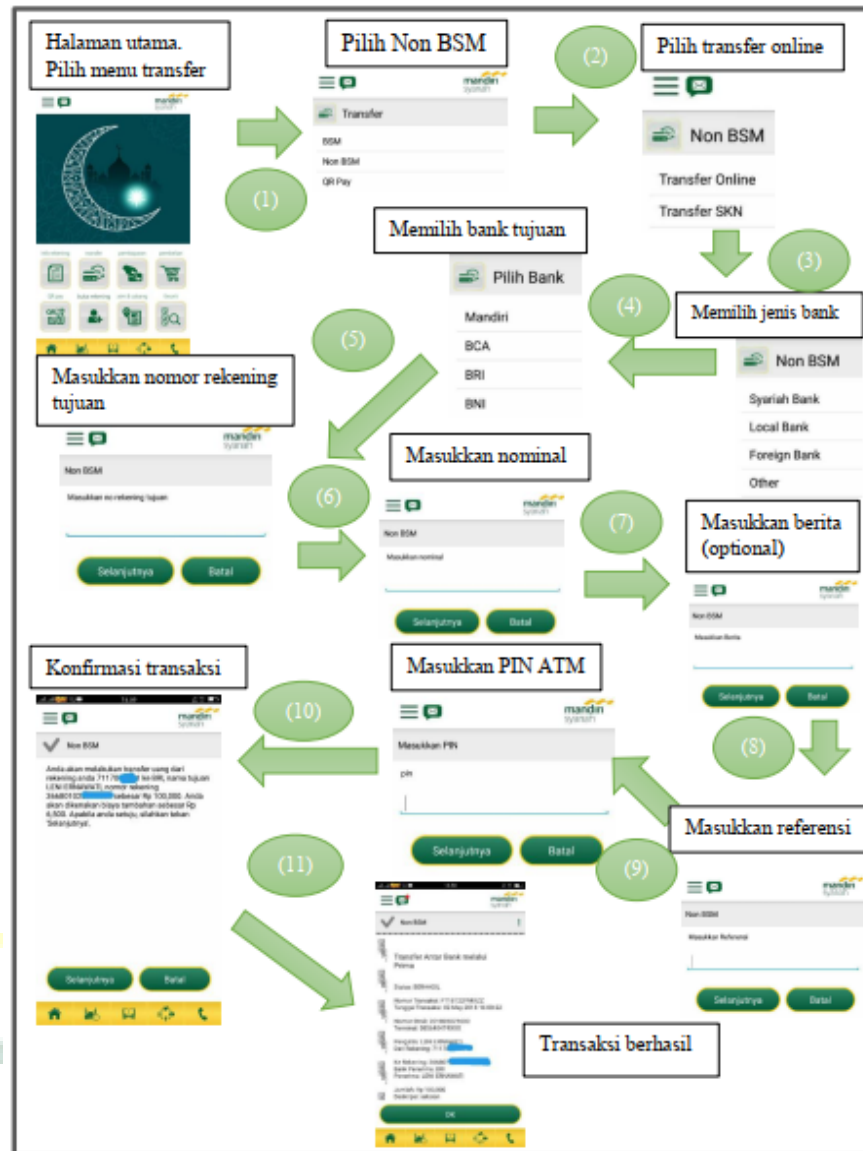
- 1) Untuk mengetahui informasi saldo melalui aplikasi mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu info rekening yang berada di kiri atas seperti pada gambar. Setelah nasabah memilih menu info rekening maka nasabah dapat memilih menu informasi saldo.
- 2) Setelah memilih menu informasi saldo selanjutnya nasabah dapat memilih nomor rekening nasabah yang digunakan
- 3) Selanjutnya nasabah memasukkan nomor pin, pilih menu selanjutnya.
- 4) Maka informasi saldo pada rekening nasabah akan muncul. Biaya setiap melakukan cek saldo untuk aplikasi mandiri Syariah *Mobile* ini sebesar Rp. 500,-



IAIN PURWOKERTO

2) Layanan Transfer Online Antar Bank

Gambar 4.6. Transfer Online Antar Ba



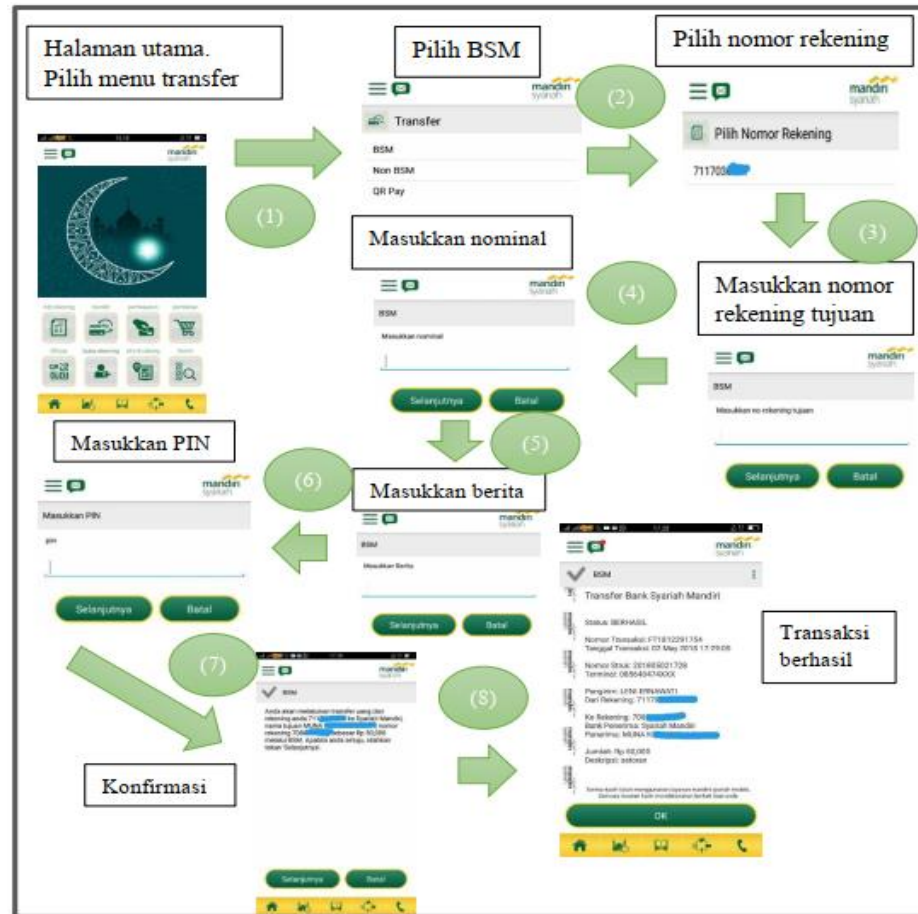
Berdasarkan gambar di atas mengenai transfer Online antar bank pada mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk melakukan transfer antar bank melalui aplikasi mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu transfer. Setelah nasabah memilih menu transfer maka akan muncul menu berikutnya yaitu transfer BSM atau nun BSM. Nasabah selanjutnya dapat memilih menu *Non BSM*.

- 2) Setelah nasabah memilih menu *Non BSM*, nasabah dapat memilih menu transfer *Online*.
- 3) Lalu pilih kriteria bank yang akan dituju. Di dalam menu Syariah bank terdapat beberapa bank di antaranya BNI Syariah, Permata Syariah, Muamalat, Niaga Syariah, Di dalam menu local Bank terdapat beberapa bank diantaranya Mandiri, BCA, BRI, BNI, Permata. Di dalam menu Foreign Bank terdapat beberapa Bank di antaranya Standart Chartered, Hongkong dan Shanghai, Commonwealth, Capital Indonesia. Dan di dalam menu Other terdapat Aglomas, Barclays, Alfindo, Artos.
- 4) Setelah itu nasabah memilih bank yang akan dituju
- 5) Kemudian nasabah memasukkan nomor rekening tujuan
- 6) Nasabah memasukan nominal yang akan ditransfer
- 7) Nasabah memasukan berita (*optional*)
- 8) Nasabah memasukan referensi (*optional*)
- 9) Dan yang terakhir nasabah memasukan PIN.
- 10) Setelah itu akan muncul keterangan nasabah akan mentransfer ke pemilik rekening yang dituju. Apabila sudah benar maka nasabah dapat memilih menu selanjutnya.
- 11) Dan transaksi Online antar bank berhasil dilakukan. Biaya dalam melakukan transfer Online antar bank sebesar Rp. 6.500,-

3) Layanan Transfer Antar Rekening di Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.7. Transfer antar rekening di BSM



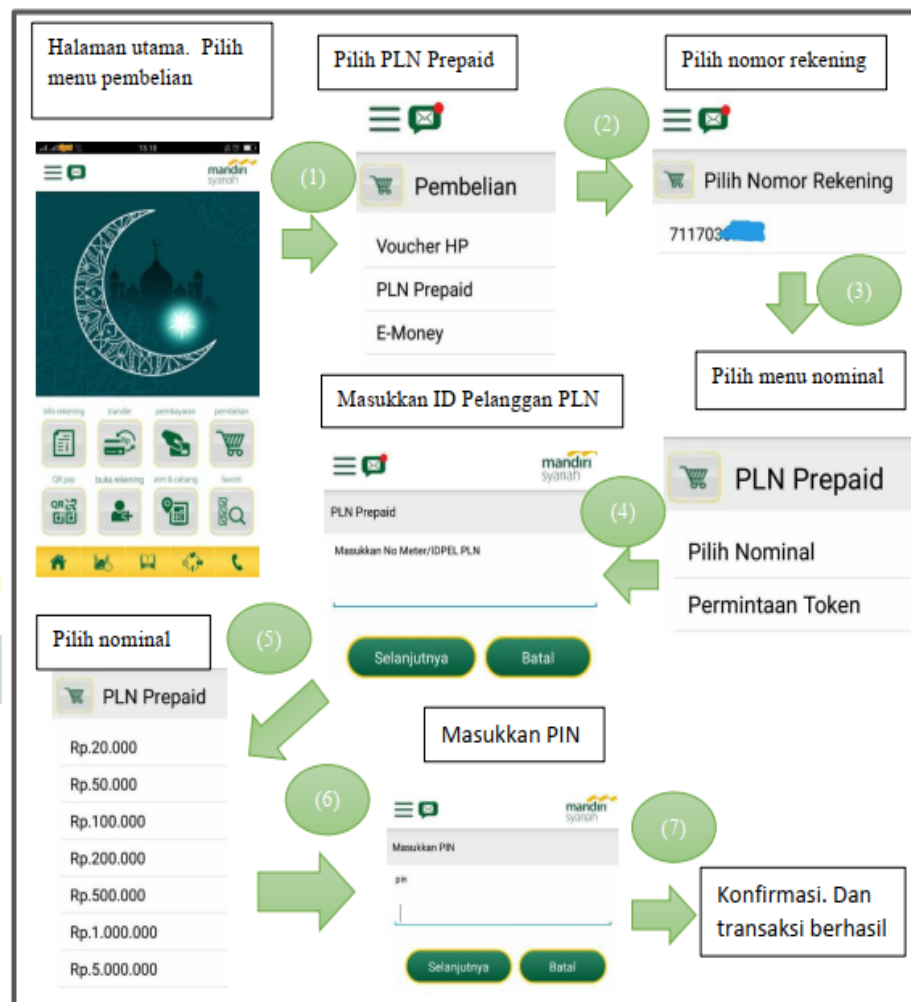
Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai transfer antar rekening di BSM dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Untuk melakukan transfer antar rekening di BSM melalui aplikasi *Mobile Banking* maka nasabah dapat memilih menu transfer. Setelah memilih menu transfer, maka akan muncul menu berikutnya yaitu transfer BSM, *Non BSM*, QR Pay. Selanjutnya pilih menu BSM.
- 2) Setelah itu nasabah memilih nomor rekening yang akan digunakan.
- 3) Nasabah memasukkan nomor rekening tujuan
- 4) Setelah itu nasabah mengisi jumlah nominal yang akan ditransfer

- 5) Nasabah memasukan berita (*optional*)
 - 6) Setelah itu nasabah memasukan pin lalu pilih menu selanjutnya.
 - 7) Kemudian akan muncul konfirmasi berupa nama nasabah yang dituju, nominal, dan rekening. Jika sudah benar maka transaksi dapat dilanjutkan.
 - 8) Transfer antar rekening BSM berhasil. Dalam melakukan transfer antar rekening di BSM tidak dipungut biaya.
- 4) Layanan Pembelian Token Listrik

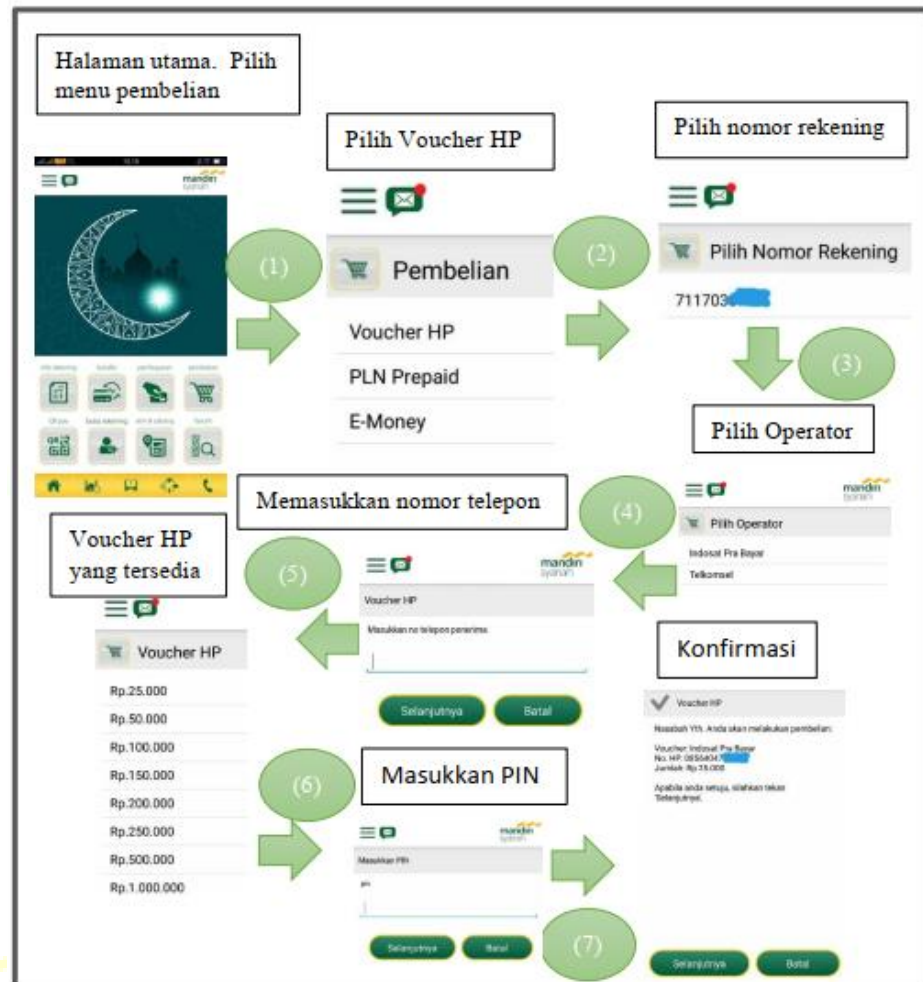
Gambar 4.8. Pembelian toke listrik PLN



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar diatas mengenai pembelian toke listrik PLN menggunakan Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk pembelian token listrik PLN melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih pembelian. Setelah nasabah memilih menu pembelian maka akan muncul menu *Voucher HP*, *PLN Prepaid*, dan *E-money*. Nasabah dapat memilih menu *PLN Prepaid*.
- 2) Setelah itu nasabah akan diminta untuk memilih nomor rekening
- 3) Lalu nasabah dapat memilih menu pilih nominal
- 4) Setelah itu akan muncul menu untuk memasukan No Meter/*IDPEL* PLN setelah memasukan nomor tersebut.
- 5) Nasabah dapat memilih menu selanjutnya dan dapat memilih nominal yang diinginkan minimal pembelian yaitu Rp. 20.00,- dan maksimal Rp. 5.000.000,-
- 6) Setelah itu nasabah akan diminta memasukan PIN yang digunakan oleh nasabah
- 7) Setelah itu nasabah akan diminta memasukan PIN yang digunakan oleh nasabah.
- 8) Setelah memasukan pin lalu tekan selanjutnya. Maka akan muncul konfirmasi. Jika sudah benar maka transaksi dapat dilanjutkan. Pembelian token listrik melalui aplikasi *Mobile Banking* berhasil dilakukan. Biaya yang dikeluarkan dalam melakukan transaksi pembelian token listrik sebesar Rp. 3.000,-

5) Layanan Pembelian *Voucher* HPGambar 4.9. Pembelian *Voucher* HP

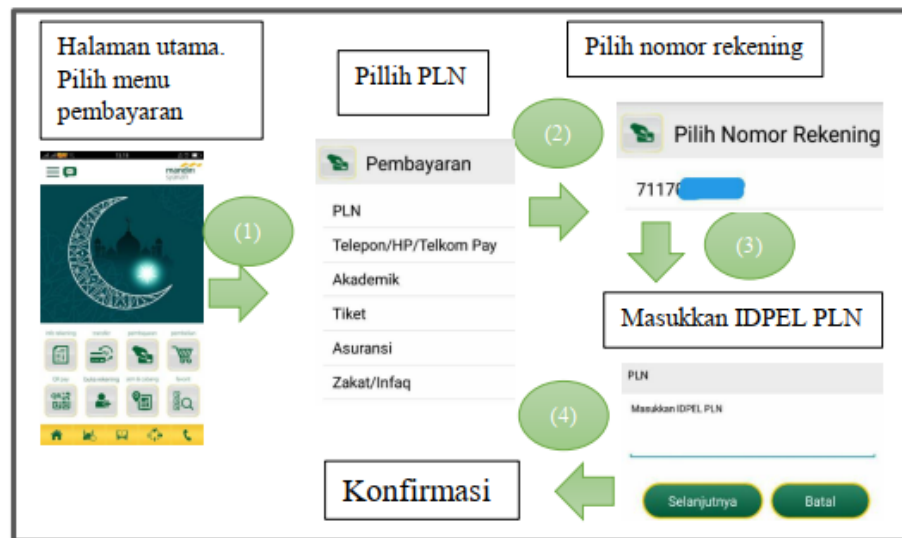
Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai pembelian *voucher* HP menggunakan aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk pembelian *voucher* HP melalui aplikasi mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu pembelian. Setelah itu nasabah dapat memilih menu *Voucher* HP.
- 2) Lalu nasabah memilih nomor rekening yang akan digunakan
- 3) Selanjutnya pilih oprator yang sesuai
- 4) Nasabah memasukan nomor telepon yang sesuai

- 5) Terdapat beberapa nominal *voucher* yang tersedia. Nasabah dapat memilih sesuai dengan yang ada di dalam menu.
 - 6) Masukkan PIN nasabah.
 - 7) Konfirmasi transaksi, apabila sudah benar maka nasabah dapat memilih menu selanjutnya agar transaksi tersebut berhasil
- 6) Layanan Pembayaran Perusahaan Listrik Negara (PLN)

Gambar 4.10. Pembayaran PLN



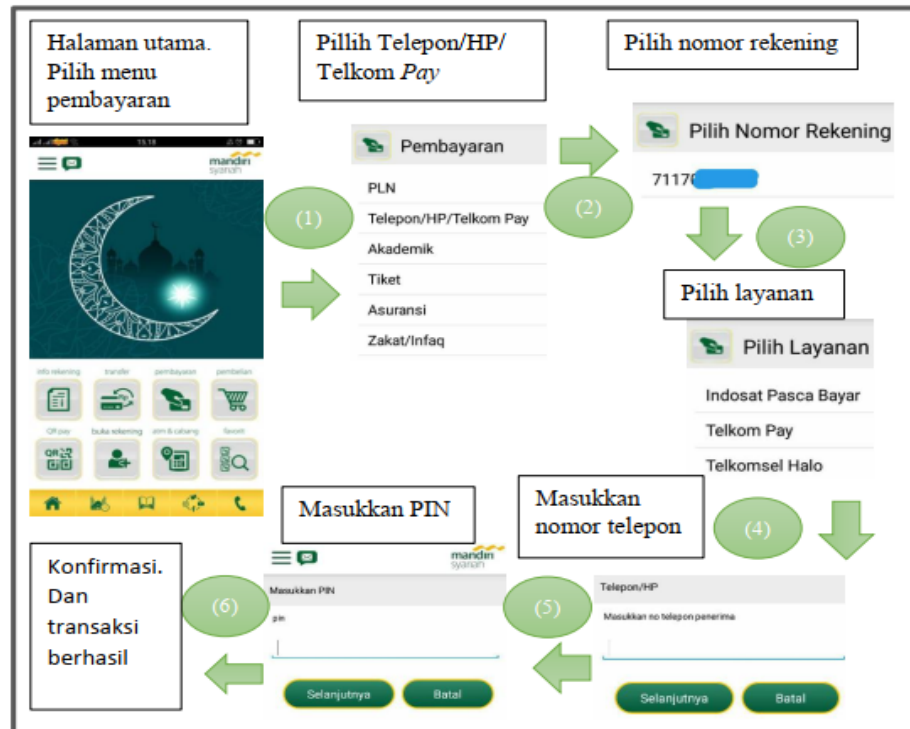
Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai pembayaran PLN menggunakan aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk pembayaran PLN melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu nasabah dapat memilih menu PLN.
- 2) Pilih nomor rekening yang akan digunakan
- 3) Masukkan nomor IDPEL PLN yang digunakan
- 4) Setelah itu akan muncul konfirmasi. Apabila nasabah merasa transaksi tersebut sudah benar maka dapat memilih menu selanjutnya agar transaksi tersebut berhasil

7) Layanan Pembayaran Tagihan Telkom Pay

Gambar 4.11. Pembayaran Tagihan Telkom Pay



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah Mobile

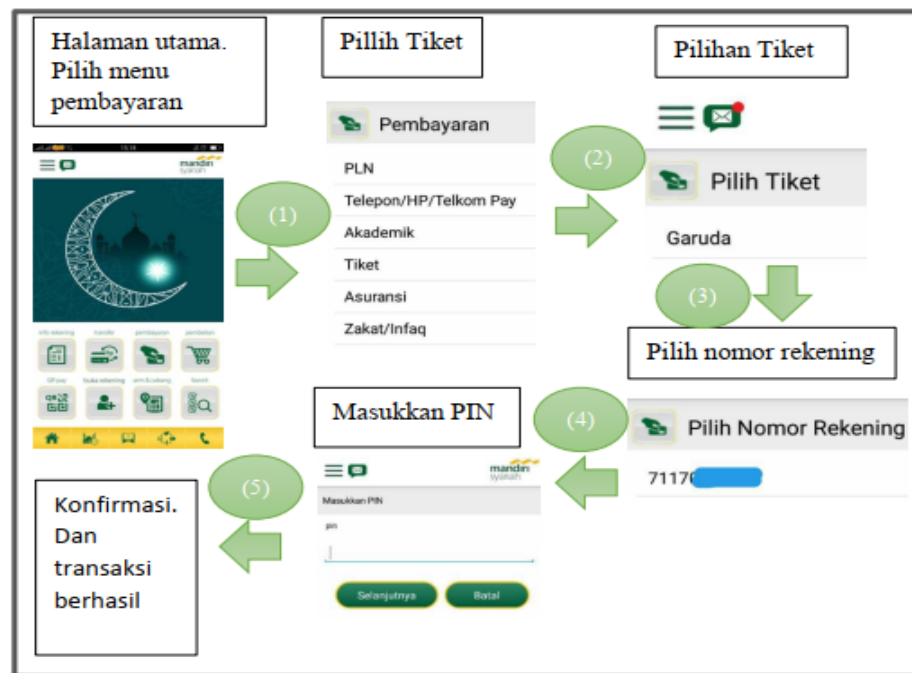
Berdasarkan gambar di atas mengenai pembayaran tagihan telkom pay menggunakan aplikasi Mandiri Syariah Mobile dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk lembaran tagihan telkom Pay melalui aplikasi BSM Mobile Banking maka nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu nasabah dapat memilih menu Telepon/HP/TelkomPay.
- 2) Lalu nasabah memilih nomor rekening yang akan digunakan.
- 3) Selanjutnya pilih layanan yang diinginkan nasabah
- 4) Masukan nomor telepon yang digunakan oleh nasabah.
- 5) Setelah itu nasabah akan diminta memasukan PIN yang digunakan oleh nasabah. Setelah memasukan PIN tekan menu selanjutnya.
- 6) Maka akan muncul konfirmasi. Jika sudah benar transaksi dapat dilanjutkan. Pembayaran tagihan telkom Bay melalui aplikasi

Mobile Banking berhasil dilakukan. Biaya yang dikenakan sebesar Rp. 2.500,-

8) Layanan Pemabayaran Tiket

Gambar 4.12. Pembayaran Tiket



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

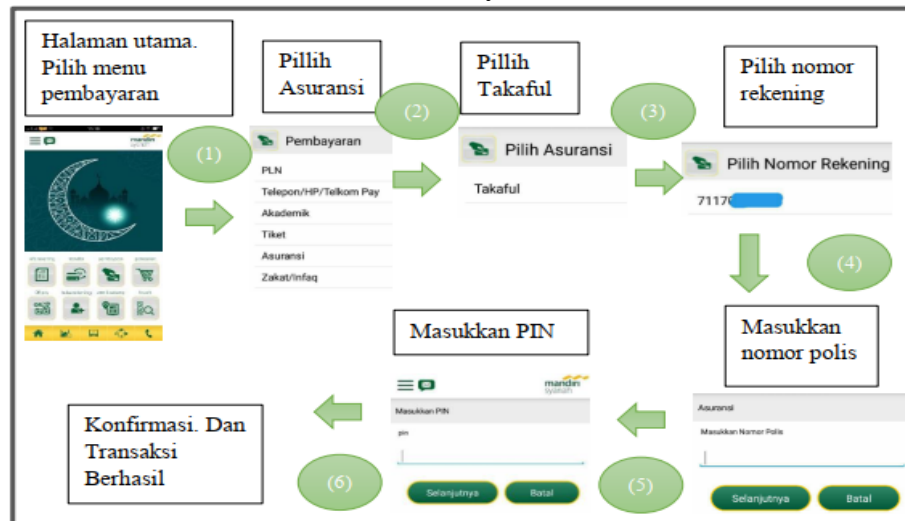
Berdasarkan gambar di atas mengenai pembayaran tiket yang ada dalam aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk pembayaran tiket melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu nasabah dapat memilih menu tiket.
- 2) Di dalam menu Tiket terdapat pilihan maskapai yaitu Garuda
- 3) Setelah itu pilih nomor rekening yang digunakan.
- 4) Masukan PIN yang dimiliki nasabah.
- 5) Setelah nasabah memasukan PIN maka akan muncul konfirmasi. Apabila nasabah merasa transaksi tersebut sudah benar maka dapat memilih menu selanjutnya agar transaksi tersebut berhasil. Dalam

melakukan pembayaran tiket melalui aplikasi mandiri Syariah *Mobile* ini dikenakan tarif Rp. 3.000,-

9) Layanan Pembayaran Asuransi

Gambar 4.13. Pembayaran Asuransi



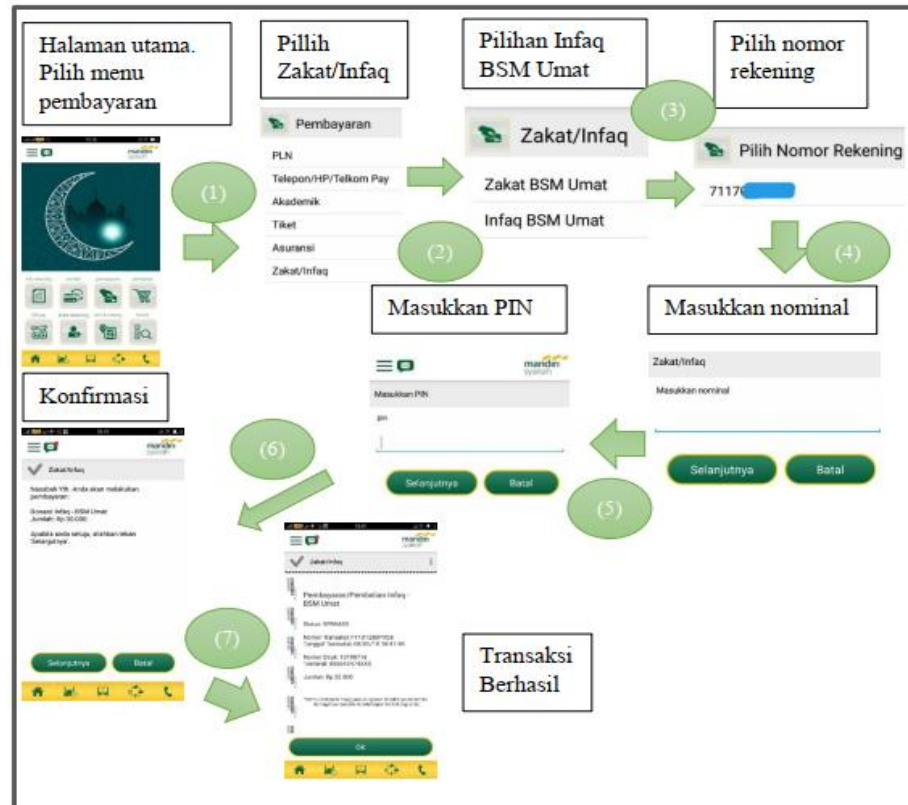
Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai pembayaran asuransi yang ada dalam aplikasi mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Untuk pembayaran asuransi melalui aplikasi mandiri Syariah *Mobile* maka nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu pilih menu asuransi.
- 2) Setelah memilih menu asuransi. Maka nasabah dapat memilih menu takaful.
- 3) Pilih rekening yang akan digunakan
- 4) Masukan nomor polisi nasabah, dan setelah itu pilih menu selanjutnya.
- 5) Masukkan PIN yang digunakan oleh Nasabah. Lalu pilih menu selanjutnya.
- 6) Setelah memasukan PIN maka akan muncul konfirmasi. Apabila nasabah merasa transaksi tersebut sudah benar maka pilih menu selanjutnya agar transaksi berhasil.

10) Layanan Pemabayan Infaq

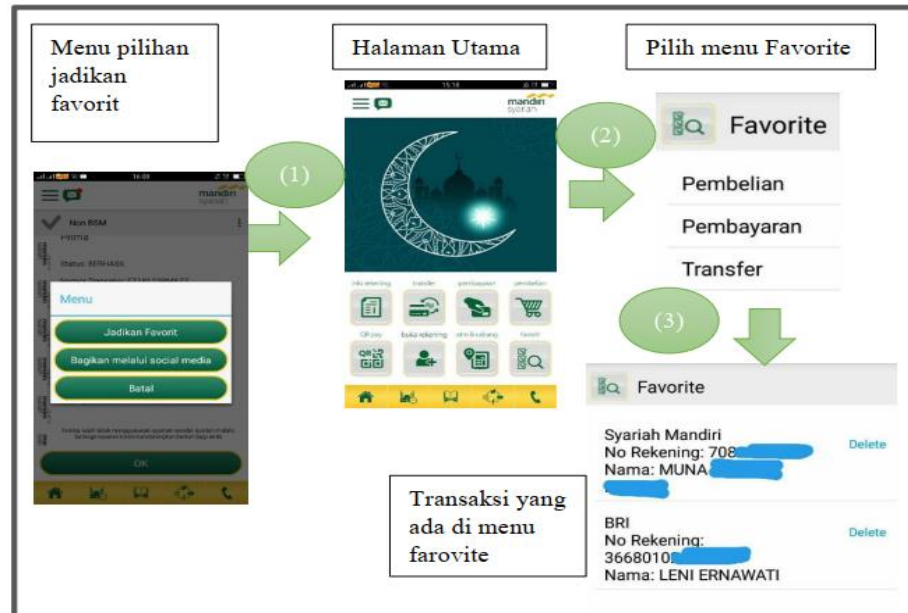
Gambar 4.14. Pembayaran Infaq



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah Mobile

Berdasarkan gambar di atas mengenai pembayaran infaq yang ada dalam aplikasi Mandiri Syariah Mobile dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk membayar *infaq* melalui aplikasi Mandiri Syariah Mobile maka nasabah dapat memilih menu pembayaran. Setelah itu nasabah dapat memilih menu *Zakat/infaq*.
- 2) Setelah itu pilih menu *infaq* BSM Umat.
- 3) Nasabah memilih nomor rekening yang akan digunakan
- 4) Nasabah mengisi nominal sesuai dengan yang diinginkan
- 5) Selanjutnya nasabah memasukkan PIN yang digunakan
- 6) Setelah itu akan muncul konfirmasi. Apabila sudah benar maka pilih menu selanjutnya.
- 7) Transaksi berhasil

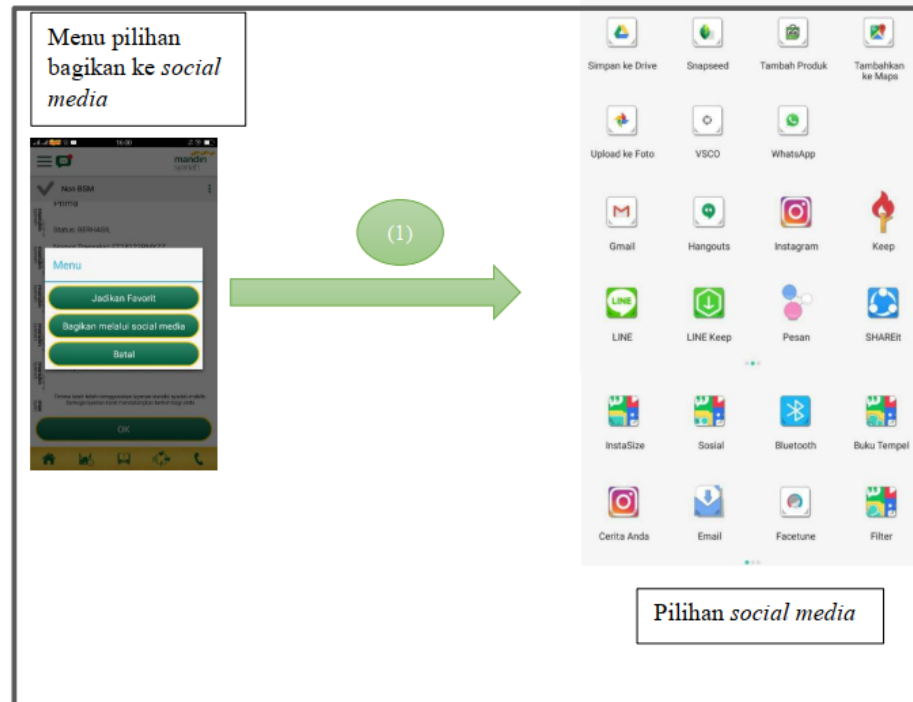
11) Layanan Menu *Favorit*Gambar 4.15. Menu *Favorit*

Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar diatas mengenai menu *favorit* yang ada dalam aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk melakukan pendaftaran transaksi di menu favorit dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi berhasil. Tersedia menu pilihan jadikan *favorit* (tanda titik tiga) di *screen* sebelah kanan atas. Setelah memilih menu jadikan *favorit* (tanda titik tiga) maka akan muncul pemberitahuan menu jadikan *favorit*, bagian melalui Social media. Lalu nasabah dapat menekan pilihan *favorit*. Maka transaksi tersebut akan terdaftar di dalam menu *favorit* seperti gambar di atas.
- 2) Untuk melihat transaksi yang berada di dalam menu *favorit* maka nasabah dapat membuka aplikasi pada halaman utama mandiri Syariah *Mobile*. Setelah itu pilih menu *favorit*. Pilih transaksi yang akan dilihat oleh nasabah di antaranya pembelian, pembayaran dan transfer.

- 3) Transaksi yang di dalam menu favorit akan muncul
- 12) Layanan Menu *Share*

Gambar 4.16. Menu *Share*

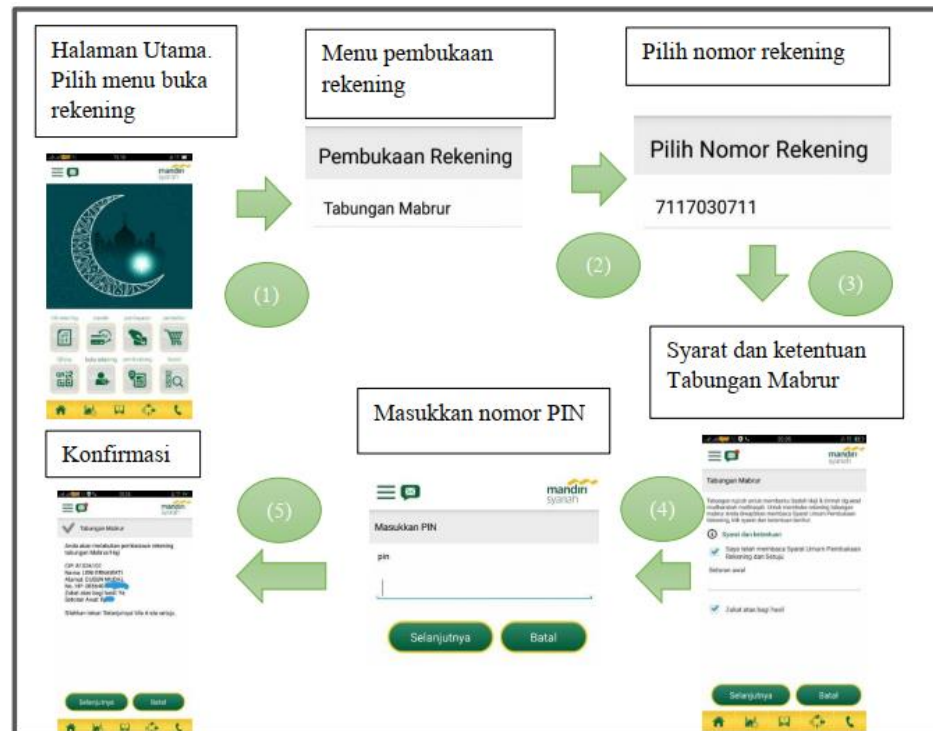
Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai menu *share* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Untuk menu *Share* ke *Socsial* media dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi. Tersedia menu pilihan bagikan (tanda titik tiga) di *screen* sebelah kanan atas. Kemudian nasabah dapat memilih bagikan melalui *Social* media. Nasabah dapat membagikan ke *Social* media yaitu berupa *Iine*, *Pesan*, *Sharif*, *Drive*, *Terjemah*, *WhatsApp*, *Bluetooth*, *ColorNote*, *Instagram*, *Email*, *Gmail*, *Hangout*, dan *Keeps* seperti yang ada pada gambar

- 13) Layanan Pembukaan Rekening *Mabrur*

Gambar 4.17. Pembukaan rekening tabungan *mabrur*



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas pembukaan rekening tabungan mabrur pada aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Untuk menu pembukaan rekening tabungan mabrur dapat dilakukan melalui aplikasi mandiri Syariah mobile dengan cara buka aplikasi Mandiri Syariah Mobile lalu pilih menu buka rekening.
- 2) Setelah memilih menu tersebut maka akan keluar menu pembukaan rekening, nasabah dapat memilih menu Tabungan Mabrur dan pilih nomor rekening yang akan digunakan.
- 3) Setelah itu akan muncul fungsi tabungan mabrur dan syarat ketentuan yang harus telah dibaca oleh nasabah yang akan membuka rekening tabungan mabrur. Apabila nasabah telah setuju dengan syarat dan ketentuan maka dapat memberi tanda centang untuk syarat dan ketentuan, Sea zakat atas bagi hasil
- 4) Setelah itu masukan PIN yang digunakan

- 5) Dan pembukaan rekening Tabungan Mabruur pun berhasil dibuat
- 14) Layanan Mengetahui Letak ATM dan Kantor BSM Terdekat

Gambar 4.18. Layanan untuk mengetahui letak ATM dan Kantor BSM terdekat



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas tentang bagaimana mengetahui letak ATM dan kantor BSM terdekat dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Apabila nasabah ingin mengetahui letak ATM dan kantor BSM maka dapat membuka aplikasi Mandiri Syariah Mobile. Pastikan GPS di dalam telepon nasabah aktif. Nasabah dapat memilih menu Tan dan cabang setelah itu akan muncul beberapa letak ATM dan kantor BSM yang terdekat dengan nasabah saat ini.
- 2) Nasabah juga dapat membuka dan melihat petunjuk melalui *Google Map* untuk mendapat petunjuk arah ke ATM atau kantor cabang BSM terdekat.

- 15) Layanan Transaksi Menggunakan QR Pay

Gambar 4.19. Transaksi menggunakan QR Pay

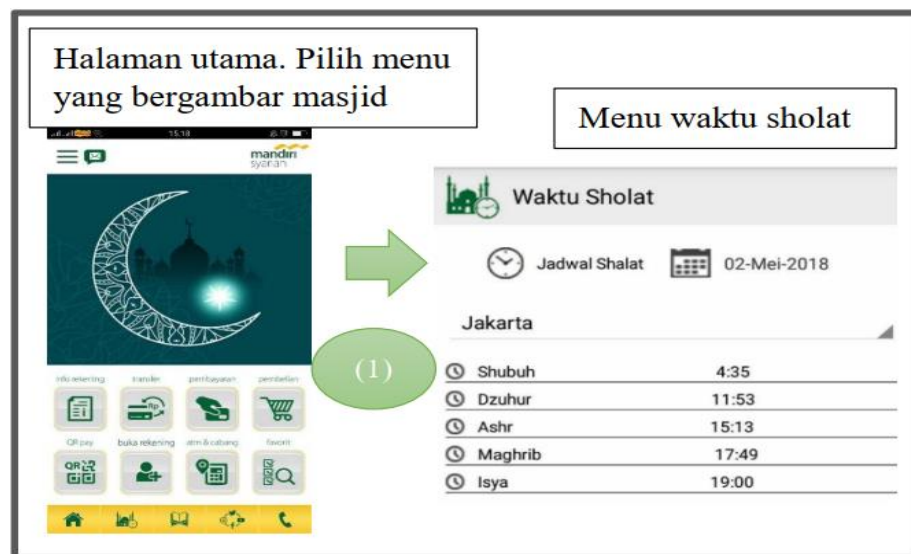


Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai transaksi menggunakan QR Pay dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Nasabah kini dapat melakukan pembayaran dengan mudah menggunakan menu QR Pay melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*. Yang pertama harus dilakukan nasabah yaitu membuka aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*. Setelah itu pilih menu QR Pay.
 - 2) Kemudian akan muncul menu mindai QR Code seperti gambar diatas, lalu nasabah dapat memilih menu pindai QR untuk melakukan transaksi.
- 16) Layanan Mengetahui Waktu Sholat

Gambar 4.20. Mengetahui waktu sholat

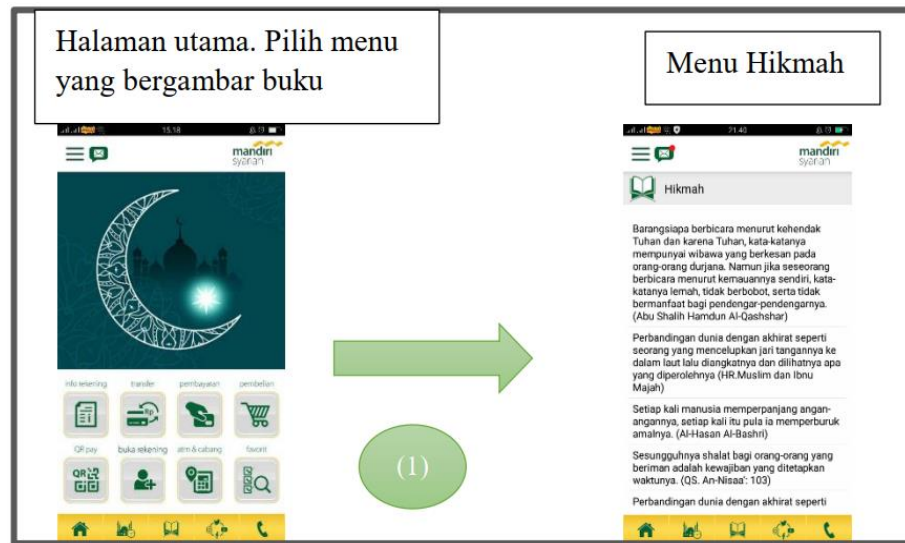


Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Berdasarkan gambar di atas tentang mengetahui waktu sholat menggunakan aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Nasabah dapat mengetahui jadwal solat melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan cara membuka aplikasi tersebut lalu pilih menu yang bergambar masjid. Nasabah dapat memilih jadwal sholat sesuai dengan kota yang diinginkan seperti di Jakarta, Bandung, Denpasar, Bukittinggi, Manado, Surabaya, Yogyakarta, Solo, Semarang, Malang, Serang odalan daerah lainnya seperti yang sudah tertera dalam aplikasi.
- 17) Layanan Mengetahui *Hadist* Melalui Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Gambar 4.21. Layanan untuk mengetahui *hadist* melalui Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

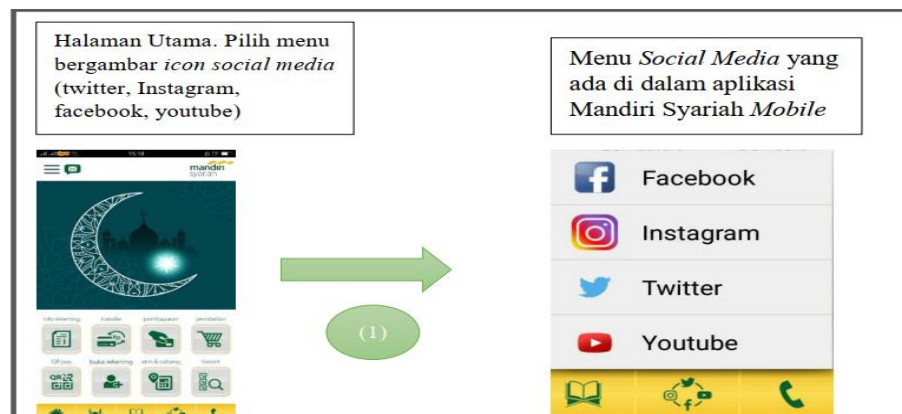
Berdasarkan gambar di atas tentang mengetahui hadis melalui Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Nasabah dapat membuka hadis melalui aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*. Beberapa hadis yang ada di dalam aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* yaitu Abu Shalih Hamdun Al-Qashshar, HR. Muslim dan Ibnu Majah, Al-Hasan AL-Bashari

18) Layanan Aplikasi Social Media yang terikat dengan Mandiri Syariah *Mobile*

LAIN PURWOKERTO

Gambar 4.22. aplikasi Social media yang terikat di dalam aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*



Sumber : Aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

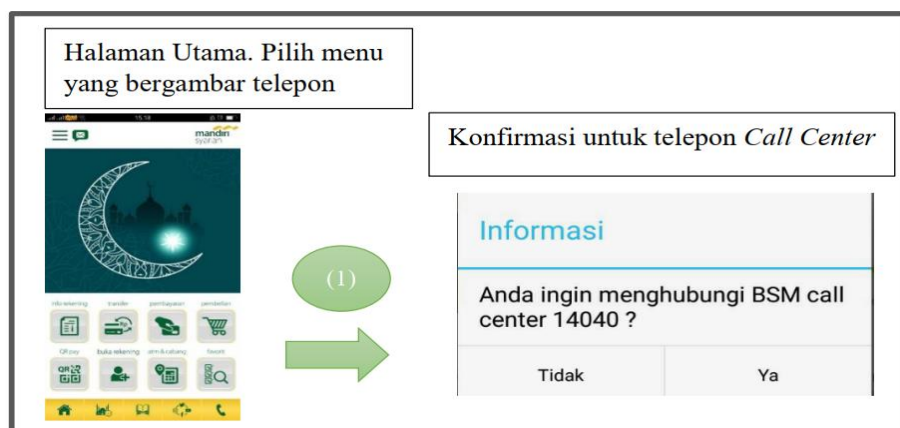
Berdasarkan gambar di atas mengenai aplikasi *Social media* yang terikat di dalam aplikasi *Mandiri Syariah Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Nasabah dapat membuka aplikasi *Social media* berupa Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube Bank Syariah Mandiri melalui aplikasi *Mandiri Syariah Mobile*, dengan cara pilih menu yang berada di bawah yang terdapat gambar aplikasi Instagram, Twitter, Youtube, dan Facebook. Di dalam aplikasi *Social Media* tersebut Bank Syariah Mandiri membagikan kegiatan mereka dalam kegiatan yang berkaitan dengan perbankan.

19) Layanan Menu *Call Center* BSM

IAIN PURWOKERTO

Gambar 4.23. Menu *Call Center* dalam Aplikasi *Mandiri Syariah Mobile*



Sumber : Aplikasi Mandiri *Syariah Mobile*

Berdasarkan gambar di atas mengenai menu *Call Center* dalam aplikasi Mandiri *Syariah Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 Nasabah dapat menghubungi *Call Center* BSM melalui Aplikasi Mandiri *Syariah Mobile* dengan memilih menu di kanan bawah yang bergambar telepon. Setelah nasabah memilih menu tersebut maka akan muncul notifikasi apakah ingin menghubungi BSM *Call Center* 14040, lalu nasabah dapat memilih menu Ya.

Dari hasil penelitian ini penulis mewawancarai langsung nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang untuk melihat bagaimana tanggapan para nasabah terhadap layanan mandiri *Syariah mobile*

Analisis sistem layanan *mobile Banking* dalam menarik minat nasabah didasarkan pada tanggapan nasabah atas pertanyaan-pertanyaan yang saya berikan. Hasil tanggapan nasabah terhadap sistem layanan *mobile Banking* dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Alasan menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

Dalam menggunakan fasilitas *mobile Banking* tentunya nasabah memiliki alasan tertentu baik dalam hal kemudahan akses sebagai fasilitas ataupun dalam hal kemudahan akses sebagai fasilitas atau dalam hal pengecekan saldo untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Alasan menggunakan fasilitas *Mobile Banking*

No	Alasan	Frekuensi	presentase
1	Untuk kemudahan akses	15	68,18%
2	Untuk fasilitas	5	22,72%
3	Untuk mengecek saldo	2	9,10%
	Jumlah	22	100%

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa sebanyak 15 orang responden (68,18%) menjawab untuk kemudahan akses, sebanyak 5 orang responden (22,72%) menjawab untuk fasilitas dan 2 orang responden (9,10%) menjawab untuk mengecek saldo. Sistem Layanan Mobile Banking Mempermudah Transaksi.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit para penggunanya. Tetapi, justru memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Faktor kemudahan ini yang mendorong nasabah untuk menggunakan jasa layanan *Mobile Banking*. Para nasabah pengguna *Mobile Banking* mengatakan bahwa pengguna *Mobile Banking* sangatlah mempermudah dan memberikan keleluasaan dalam kegiatan transaksi keuangan semisal nya untuk mengecek informasi saldo tabungan, pembayaran tagihan (listrik, air, dsb), transaksi pembelian (Voucher Hp, PLN Prepaid), transaksi transfer uang hingga layanan lainnya dalam satu sentuhan dilayar telepon seluler tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke ATM atau kantor-kantor cabang PT Bank Syariah Mandiri terdekat. Selain mempermudah transaksi keuangan, cara pengoperasiannya pun begitu mudah sehingga semua orang bisa menggunakannya.

2. Keamanan dan kenyamanan Layanan *Mobile Banking*.

Penggunaan fasilitas tentunya berdampak juga terhadap keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas tersebut.

Keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas Mobile Banking dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Keamanan dan Kenyamanan *Mobile Banking*

No	Tingkat Keamanan dan kenyamanan	Frekwensi	Persentase
1	Ya	20	90,91 %
2	Tidak	2	9,09 %
	Jumlah	22	100 %

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa kenyamanan dalam menggunakan mobile banking, dimana 20 orang responden (90,91%) menjawab ya dan 2 orang responden (9,09%) menjawab tidak. Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi pribadi yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang.

Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan *Mobile Banking*. Sekarang para pengguna *Mobile Banking* tidak perlu merasa cemas dan khawatir dalam menggunakan *Mobile Banking* karena layanan *Mobile Banking* telah dilengkapi dengan sistem pengamanan yang dirancang untuk lebih menjaga privasi pengguna *Mobile Banking*.

3. Kepuasan dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

Kepuasan dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Kepuasan dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*

No	Tingkat Keamanan dan kenyamanan	Frekwensi	Persentase
----	---------------------------------	-----------	------------

1	Ya	2	9,09 %
2	Tidak	20	90,91 %
	Jumlah	22	100 %

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa responden menjawab ya terhadap kepuasan dalam menggunakan fasilitas mobile banking Bank Syariah Mandiri sebanyak 2 responden dan tidak sebanyak 20 responden.

Para pengguna *Mobile Banking* mengaku bahwa *Mobile Banking* merupakan layanan yang dibutuhkan oleh para nasabah karena para pengguna *Mobile Banking* merasa bahwa layanan ini memberikan kemudahan dan sangat menghemat waktu mereka. Misalnya nasabah yang memiliki pekerjaan yang sangat padat, apabila di waktu pekerjaannya yang padat ia harus melakukan transaksi transfer ia tidak perlu lagi bersusah-susah untuk pergi ke Bank atau ke ATM untuk mentransfer kan uangnya. Ia cukup melakukan transfer melalui layanan *Mobile Banking* yang terdapat ditelepon sebelumnya tanpa mengganggu pekerjaannya yang padat. Meskipun terdapat beberapa kendala seperti adanya kegagalan dalam pembukaan rekening Online, gagalnya transaksi karna kurangnya jaringan.

Maka dengan demikian dari hasil wawancara yang dilakukan diketahui bahwa layanan *Mobile Banking* oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang telah dapat dilakukan dengan cukup baik namun masih terdapat beberapa hambatan seperti sering gagalnya akses yang dilakukan nasabah, namun demikian secara umum layanan yang dilakukan guna penarikan nasabah telah membuat nasabah merasa puas dan senang untuk melakukan transaksi melalui jasa layanan yang terdapat pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

Dari data tabel 4.3 mengenai tanggapan responden tentang Kepuasan dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking* terdapat 22 orang responden yang menjawab tidak, hal ini dikarenakan masih sering terjadi

keterlambatan atau gagal dalam melakukan pengiriman atau akses terhadap *mobile banking* yang di sebabkan banyaknya nasabah yang menggunakan layanan ini sedangkan jalur yang di pergunakan oleh bank syariah mandiri tidak mencukupi, hal ini mengakibatkan kurang puas nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Berdasarkan data observasi yang di lakukan pada PT Bank Syariah Mandiri mengenai layanan *Mobile Banking* maka diketahui antara lain : Dari data observasi yang penulis lakukan maka diketahui pihak PT Bank Syariah Mandiri dalam melakukan layanan *Mobile Banking* belum ada menampung keluhan mengenai kegagalan dalam melakukan akses layanan *Mobile Banking* yang mana biasanya pihak bank hanya memberi penjelasan cara dan prosedur untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*, selain itu juga di ketahui dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* ini terlihat nasabah cukup puas karena cepatnya proses namun ada juga yang kurang puas karena sering gagal dalam melakukan akses atau aktivasi.

Hasil pengamatan penulis diketahui bahwa dalam mengaktivasi layanan *mobile banking* dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut Sebelum menggunakan layanan Mandiri Syariah *Mobile Banking* maka nasabah harus melakukan proses pendaftaran yang harus dipenuhi oleh nasabah meliputi :

- 1) Proses pendaftaran aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*

Gambar 4.24. Peroses pendaftaran Mandiri Syariah *Mobile*



Sumber: Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan gambar diatas mengenai proses pendaftaran Mandiri Syariah *Mobile* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Untuk proses pendaftaran atau melakukan registrasi yaitu nasabah datang ke kantor BSM terdekat lalu mengajukan permintaan fasilitas layanan

jasa Mandiri Syariah Mobile dan mengisi data pada formulir pembukaan aplikasi Mandiri Syariah Mobile di *Customer Service*

- b) Setelah nasabah mengisi data maka nasabah akan menerima kode aktivasi yang dikirim melalui SMS dari BSM Token untuk mengaktifkan layanan aplikasi *Mobile Banking* pada telepon seluler nasabah. Untuk saat ini pendaftaran mandiri Syariah *Mobile* belum bisa dilakukan melalui ATM seperti bank BRI, Mandiri, dan BCA

2) Proses download aplikasi mandiri Syariah *Mobile*

Gambar 4.25. Proses download aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*



Sumber : Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan gambar di atas mengenai proses *download* aplikasi mandiri Syariah *Mobile Banking* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Dalam melakukan proses *download* aplikasi mandiri Syariah *Mobile* dapat dilakukan melalui telepon seluler dengan OS BB, BB10, *Android* dan IOS dengan Keyword “Mandiri Syariah *Mobile*”. Atau dapat melalui <http://mobile.syariahmandiri.co.id> pastikan aplikasi mandiri Syariah *Mobile Offered Bay/publisher/by* PT Bank Syariah Mandiri. Untuk telepon seluler. Nokia, Sony Ericsson atau telepon seluler dengan platform Symbian yang *support* Ava : <http://mobile.syariahmandiri.co.id>.
- b) Setelah itu nasabah dapat menginstal aplikasi tersebut dan menggunakannya
- 3) Untuk proses aktivasi yaitu nasabah dapat *menginput* nomor rekening, nomor telepon seluler, dan kode aktivasi yang didapat dari cabang pada

saat pendaftaran atau registrasi. Setelah itu Mandiri Syariah Mobile sudah dapat digunakan untuk bertransaksi

- 4) Dalam mengakses aplikasi *Mobile Banking*, nasabah memerlukan PIN ATM yang memiliki nasabah untuk mengesahkan transaksi yang dilakukan di aplikasi Mandiri Syariah *Mobile*.
- 5) Apabila nasabah dalam memasukan PIN terjadi kesalahan sebanyak tiga kali di ATM atau Mandiri Syariah *Mobile*, maka BSM Card dan Mandiri Syariah *Mobile* nasabah terblokir secara otomatis. Hal ini dilakukan untuk mengamankan rekening nasabah. (wawancara pak Mada, 4 Februari)

Dari penjabaran sistem layanan *mobile Banking* dalam menarik minat nasabah untuk menggunakannya dapat dilihat bahwa para nasabah begitu senang menggunakannya karena begitu banyak manfaat dan kemudahan yang diberikan dalam layanan *mobile Banking* ini. Selain itu, aplikasi Mandiri Syariah Mobile ini mempunyai keunggulan yang tidak ada di aplikasi bank mandiri konvensional yaitu adanya fitur berbasis islam diantaranya Tausyiah, jadwal waktu sholat, layanan zakat, dan infaq sehingga aplikasi ini dapat membantu umat muslim untuk saling mengingatkan terutama dalam soal ibadah sebagaimana dalam Al-Quran surat Adzariyat ayat 55 :

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Yang artinya : dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman.

Meski masih terdapat beberapa kendala pada aplikasi mandiri *Syariah mobile* ini. namun hal itu dapat ditutupi karena aplikasi mandiri *Syariah mobile* sering melakukan pengupdatean untuk memenuhi kepuasan nasabah.

C. Sistem Pemasaan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang.

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang 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 Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang memiliki kebijakan tersendiri untuk memasarkan produk dan layanannya. Salah satu layanan yang mereka punya adalah layanan *Mobile Banking*.

Hasil pengamatan penulis diketahui bahwa dalam Strategi pemasaran aplikasi *Mobile Banking* untuk menarik minat nasabah yang digunakan oleh PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang yaitu 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 nasabahnya 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. Ketika seorang nasabah datang ke Bank, *security* akan langsung menyambut nasabah tersebut dan menanyakan apa keperluan yang nasabah tersebut sehingga *security* dapat membantunya. Setelah *security* mengetahui apa yang diperlukan nasabah tersebut maka *security* akan mengarahkan nasabah ke tempat yang diperlukannya.

Misalnya keperluan nasabah tersebut adalah untuk melakukan transaksi transfer uang kepada saudaranya, maka dalam hal ini sebelum mengarahkan nasabah ke nomor antrian, *security* akan menawarkan kepada

nasabah tentang layanan *Mobile Banking* untuk memudahkannya melakukan transfer tanpa harus mengantri ke *teller*. Setelah nasabah menyetujui untuk membuka layanan *Mobile Banking* tersebut maka *security* akan mengarahkan nasabah ke *customer service* untuk pembukaan layanan *Mobile Banking*.

Selain itu, *teller* juga akan melakukan pemasaran untuk setiap produk yang terdapat di Bank nya. *Teller* juga akan menawarkan layanan *Mobile Banking* kepada nasabahnya. Ketika nasabah datang ke *teller* untuk melakukan penyetoran, *teller* akan melayani nasabah tersebut dengan baik, selanjutnya setelah transaksi penyetoran yang dilakukan telah selesai maka *teller* akan meminta sedikit waktu nasabahnya 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*. Tidak hanya karyawan PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang yang berperan untuk memasarkan produk *mobile Banking* namun mahasiswa yang magang di tempat tersebut pun wajib memasarkan produk *Mobile Banking* dari bank Syariah mandiri dan setiap mahasiswa diberikan target untuk mencari 10 nasabah agar menggunakan aplikasi mandiri *Syariah mobile*

Selain itu PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menerapkan sistem promo untuk menarik minat nasabah agar menggunakan aplikasi Mandiri *Syariah Mobile*, promo tersebut berupa hadiah bagi nasabah yang ingin menggunakan aplikasi mandiri *Syariah Mobile* berupa pulpen, tempat pensil dan lain sebagainya. Selain pemberian hadiah juga menerapkan sistem promo dari Bank Syariah Mandiri berupa promo referal pembukaan rekening Online khusus bagi nasabah yang sudah menggunakan aplikasi mandiri *Syariah mobile* supaya dapat mengajak temannya untuk menggunakan aplikasi Mandiri *Syariah Mobile*.

Tata caranya sebagai berikut :

- a) Pastikan kamu sudah mempunyai mandiri *Syariah Mobile*
- b) Gunakan nomor Hp kamu sebagai kode referal /*promo*

- c) On Hp yang digunakan sebagai periferal pastikan sudah terregistrasi di mandiri *Syariah Mobile*
- d) Masukkan on Hp kamu di kolom kode *promo* saat buka rekening Online temanmu
- e) Rp 20 ribu diterima H+1 setelah rekening temanmu aktif dan bersaldo minimal Rp 100 ribu

Dari penjabaran sistem pemasaran yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang Dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan aplikasi mandiri *Syariah Mobile* dapat dilihat bahwa sistem pemasarannya sangat efektif, sehingga Pengguna Aplikasi Mandiri Syariah Mobile di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang setiap tahunnya terus meningkat meskipun terdapat beberapa hambatan.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Sistem Layanan *Mobile Banking* dalam Menarik Minat Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang ini, maka hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada BAB IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem layanan *Mobile Banking* BSM Yogyakarta Kaliurang untuk menarik minat nasabah telah memberi kemudahan bagi nasabah tanpa harus mengunjungi bank. Sistem layanan *Mobile Banking* BSM juga dapat memenuhi kebutuhan nasabah meskipun terdapat beberapa kendala. Namun hal tersebut dapat ditutupi karena aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* sering melakukan *peng updatean* aplikasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
2. Untuk menarik minat para nasabahnya PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang menerapkan sistem pemasaran dengan cara menawarkan langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening tabungan. Semua karyawan berperan aktif dalam memasarkan aplikasi mandiri *Syariah Mobile*. Selain karyawan mahasiswa yang magang pun berperan aktif dalam hal melakukan pemasaran aplikasi mandiri *Syariah Mobile*. Selain menerapkan sistem pemasaran dengan cara menawarkan langsung kepada nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang juga mengadakan promo berupa hadiah bagi nasabah yang ingin menggunakan aplikasi mandiri *Syariah Mobile*.

PT Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang telah menerapkan sistem pemasaran untuk menarik minat nasabahnya agar menggunakan layanan *mobile Banking* dengan baik, sehingga pengguna Aplikasi Mandiri *Syariah Mobile* di Bank Syariah mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang selalu meningkat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis mencoba mengemukakan saran yang mungkin bermanfaat di antaranya:

1. Saran bagi Bank

- a. Penerapan sistem pemasaran Mandiri Syariah KCP Yogyakarta Kaliurang dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile Banking* telah dapat dijalankan dengan baik, namun perlu ditingkatkan lagi oleh pihak bank dalam memberikan pelayanan berupa arahan yang jelas kepada nasabah yang melakukan pembukaan rekening Online, agar meminimalisir terjadinya kegagalan dalam melakukan pembukaan rekening Online.
- b. Untuk mengurangi resiko kesalahan pada transaksi dan gagalnya transaksi maka pihak bank Syariah Mandiri dapat meningkatkan sistem keamanan dan memberikan arahan yang jelas kepada pengguna aplikasi mandiri *Syariah Mobile*.

2. Saran bagi Akademik

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* lainnya yang belum ada dalam penelitian ini.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Ahmadi. 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT rineka cipta.
- Achmad, (2020, Februari Rabu) Wawancara mengenai sistem layanan mobile Banking (Nia Kurnia, Interviewer)
- Arif selaku (2020, Januari Selasa) Wawancara Nasabah Pengguna Mobile Banking (Nia Kurnia, Interviewer)
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asseal. 2002. *Konsumer Behavior Edisi Bahasa Indonesia*. Net jersey: prentice-hall Inc
- Bank Syariah Mandiri. 2017. *Manual & Procedure Operational*. Jakarta: PT Bank Syariah Mandiri.
- Bused dan Tiwari. 2007. *The mobile Commerce prospects A Strategi analysis of opportunities in the banking setor*. Hambung : Hambung university Press
- Cahyani, Putri Dwi, (2016), “tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di yogyakarta” jurnal bisnis dan manajemen. Vol 6. No 2
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Edi, F, R. 2016. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: LeutikaPrio
- Hadi, Syamsul, (2006), “faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *m-banking*” jurnal akuntansi dan keuangan. Vol 8 No 1
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, A. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Howard Gardner. 2003. *kecerdasan majemuk teori dalam praktek terjemah Alexander*. Batam : Interaksa

<http://m.harianjogja.com>

<http://m.mediaindonesia.com>

- Jajang, (2020, Januari Senin) Wawancara pemasaran Mobile Banking dalam menarik minat nasabah (Nia Kurnia , Interviewer)
- kartajaya, dik. 2006. *Syariah marketing*. Bandung. Mizan
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kinner, Thomas C And James R, Taylor. 1995. *Marketing Research : An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Komarudin. 1994. *Kamus Perbankan*. Jakarta:Grafindo
- Kotler, P & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran edisi milenium*. Jakarta : PT.Prehalindo
- Kurniawan, David, (2013), “Analisis Penerimaan nasabah terhadap layanan m-banking dengan menggunakan pendekatan technology acceptance model dan theory of reasoned action” jurnal manajemen pemasaran, Vol 1, No.1
- Latumerissa, Julius R. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktisi edisi pertama*. Jakarta : Salemba Empat
- Manson. 1990. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : PT Prehalindo
- Mc Carthy, E Jerome pereant Cr. & William D. 1993. *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Airlangga
- Mittal dan Iassar (1998). Why customers switch? The dynamisc of satisfaction versus loyalty, The jurnal of Services marketing, Vol. 12, No. 3
- Moleong, Lexy. 2008. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Muhammad. 2014. *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Rajagrafindo
- Nana, (2020, Januari Jumat) Wawancara pemasaran Mobile Banking dalam menarik minat nasabah (Nia Kurnia, Interviewer)
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Pramada, (2020, Februari Selasa) Wawancara mengenai penerapan Mobile Banking (Nia Kurnia, Interviewer)

Rahayu, Imam Sugih, (2015), "minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka TAM" jurnal ekonomi syariah indonesia. Vol V, No 2

Riswandi. Agus, Budi. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.

Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono. 2008. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Wahab, Shaleh. 2004. *Psikologi suatu pengantar dalam perspektif islam*. Jakarta : Prenada Media

www.antaraneews.com

www.banksyariahmandiri.co.id

www.mandirisyariah.co.id

www.TeknoKampus.com

Yusuf (2020, Januari Senin) Wawancara pemasaran Mobile Banking dalam menarik minat nasabah (Nia Kurnia , Interviewer)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

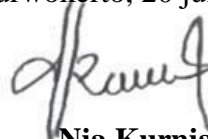
1. Nama Lengkap : Nia Kurnia
2. NIM : 1617202111
3. Tempat/Tgl. Lahir : Tasikmalaya, 21 Agustus 1999
4. Alamat Rumah : Kp Calingcing Ds Calingcing Rt 001
Rw 003 Kec Sukahening Kab Tasikmalaya, Jawa barat.
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Acep dindin
Nama Ibu : Apong Yeni

B. Riwayat Pendidikan

- a. TK/PAUD : TK Miftahul karomah (2004)
- b. SD/MI. Tahun Lulus : SD Negri Calingcing (2010)
- c. SMP/MTs, Tahun Lulus : SMPT Babussalam (2013)
- d. SMA/MA, Tahun Lulus : MA Ibadurrahman (2016)
- e. S.1 Tahun Masuk : Institut Agama Islam Negri Purwokerto
(2016)

Purwokerto, 20 juli 2020

LAIN PURWOK



Nia Kurnia

NIM. 1617202111