

**ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING
(Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)**

SKRIPSI



Oleh :

Syiva Noer Faturrozhiah
NIM 210817034

Pembimbing :

Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2021**

ABSTRAK

Faturrozhiah, Syiva Noer. Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan. *Skripsi*. 2021. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Iza Hanifuddin, Ph.D.

Kata Kunci: *Pemahaman, Keinginan dan Pengetahuan.*

Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang memiliki aplikasi *mobile banking*. Aplikasi tersebut sebagai bentuk layanan Bank Syariah untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Meskipun aplikasi *mobile banking* sangat bermanfaat bagi nasabah namun masih ada yang belum memiliki aplikasi tersebut. Masalah inilah yang menjadi tantangan untuk memberikan perhatian kepada nasabah dalam menggunakan dan bagaimana cara penggunaan *mobile banking* itu. Karena yang terjadi saat ini adanya kurangnya ketertarikan kurangnya pemahaman, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan *mobile banking*. Pada dasarnya nasabah butuh arahan dan ajakan agar dapat tertarik menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana Perhatian Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking*, Apa Hal-hal yang Mendorong Ketertarikan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking*, Bagaimana Hasrat Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking*, Apa Tindakan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking*. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan pengisian kuesioner kepada nasabah. Selanjutnya analisis data menggunakan metode deskriptif yang menekankan pada pengamatan terdahulu dan menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan tersebut. Data yang menjadi sumber adalah data-data dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan mengenai aplikasi *mobile banking*.

Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan sudah sangat membantu dan mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi melalui aplikasi *mobile banking* tanpa harus jauh-jauh datang ke bank. Dengan adanya *mobile banking* yang telah melekat di kalangan orang-orang yang sudah mengetahui maka untuk melakukan pekerjaan mereka jadi lebih membantu.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1	Syiva Noer Faturrozhiah	210817034	Perbankan Syariah	ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGUNAAN <i>MOBILE</i> <i>BANKING</i> (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 04 Oktober 2021

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Amin Wahyudi, M.E.I

NIP: 197502072009011007

Iza Hanifuddin, Ph. D.

NIP: 196906241998031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan).

Nama : Syiva Noer Faturrozhiah

NIM : 210817034

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004

(.....)

Penguji I
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

(.....)

Penguji II
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002

(.....)

Ponorogo, 26 Oktober 2021

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 197207142000031005

PONOROGO

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syiva Noer Faturrozhiah

NIM : 210817034

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking*
(Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah skripsi tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethess.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 05 November 2021

Pembuat Pernyataan



Syiva Noer Faturrozhiah

NIM. 210817034

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Syiva Noer Faturrozhiah

NIM : 210817034

Jurusan: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“ ANALISIS MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
(Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya seni sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 08 Oktober 2021



embuatan Pernyataan,

Syiva Noer Faturrozhiah
Syiva Noer Faturrozhiah

NIM. 210817034

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat merupakan kesadaran dari diri seseorang terhadap objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki ketertarikan dengan dirinya. Artinya, minat harus dilihat sebagai suatu kesadaran. Oleh karena itu minat adalah suatu aspek psikologi seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Minat yang sering diekspresikan dalam suatu kegiatan maka akan semakin kuat, sedangkan apabila tidak tersalurkan maka akan lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.¹

Minat berkaitan dengan sikap dari pengguna. Minat adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut Jogiyanto untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap system teknologi informasi, dapat diketahui menggunakan konsep model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model atau TAM), yaitu merupakan suatu model penerimaan system teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh Davis et al (1989) berdasarkan model TRA (Theory of Reasoned Action). Teori ini digunakan untuk menjelaskan

¹ Restu Guriting dan Panggalih Zaki Baridwan, "Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 1, No 2, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, (2013), 7.

penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi informasi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi(minat perilaku) jika merasa system teknologi mudah dan berguna untuk dirinya.² Jadi, semakin tinggi teknologi informasi yang dimiliki dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan mobile banking.

Mobile Banking secara umum adalah saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau General Package Radio Service (GPRS) dengan sarana telepon seluler (ponsel). Mobile Banking diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, dimana saja, kapan saja dan tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut. Maka *Mobile Banking* dapat digunakan untuk transaksi-transaksi pemindah bukuan sesama BSI, transfer antar bank, info saldo , mutasi rekening hingga 20 transaksi. Dengan kata lain *Mobile Banking* adalah distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki oleh nasabah dengan sarana telepon seluler yang dapat dilakukan dimana saja tanpa harus datang ke banknya.

Mobile Banking mempunyai beberapa kelebihan salah satu diantaranya yaitu dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan yang dapat diakses, dimanapun dan kapanpun seperti cek saldo, transfer antar bank maupun kesesama bank, melakukan pembelian maupun pembayaran dan transaksi

² Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 111.

lainnya. Selain itu, layanan *Mobile Banking* juga dapat mengurangi biaya transaksi di dalam Bank tersebut sehingga segala transaksi dapat dilakukan secara cepat, tepat dan efisien. Sejak diluncurkannya aplikasi *Mobile Banking*, aplikasi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun, idealnya *Mobile Banking* memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui aplikasi *Mobile Banking* serta privasi dan keamanan data nasabah pengguna *Mobile Banking* harus terjamin keamanannya.³

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Vika Fitria Anggraita selaku *Customer Service* BSI KCP Pacitan. Dia mengatakan bahwa dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* mampu memudahkan nasabah melakukan transaksi transfer tanpa harus jauh-jauh datang ke ATM. Tetapi faktanya masih banyak nasabah yang belum memiliki aplikasi *Mobile Banking* serta menggunakan aplikasi tersebut. Dan juga sudah memiliki aplikasinya tetapi tidak digunakan.⁴

Pendapat lain juga disampaikan oleh nasabah BSI yang mengaku memiliki aplikasi *Mobile Banking* tetapi tidak digunakan karena tidak bisa menggunakannya karena kurangnya pemahaman dan juga tidak ada yang memberitahunya ketika menggunakan aplikasi itu. Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ria selaku nasabah BSI Pacitan. Ketika

³ Aryanto Dwi, "Teknologi Perbankan," dalam *dwiaryantodwi.blogspot.co.id*, (diakses pada 24 Januari 2019, jam 19.23).

⁴ Vika Fitria Anggraita, *Wawancara*, 1 September 2020

mengaktivasi aplikasi *Mobile Banking* sebenarnya bisa dilakukan sendiri dengan memasukkan nomor rekening tabungan dan pin atm saja, tetapi ternyata aktivasi harus melalui *Costumer Service* atau *Teller*. Karena itu dia berpikiran bahwa itu terlalu sulit dan merasa aplikasi itu tidak penting maka dia tidak menggunakan aplikasi *Mobile Banking* di *Telephonnya*.⁵

Sebenarnya jika nasabah memahami semua tentang aplikasi *Mobile Banking*, nasabah akan mendapatkan dampak positif yang mana memudahkan dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun dia membutuhkan tanpa harus jauh-jauh datang ke bank. Dari keterangan ini maka pihak BSI memberikan bimbingan kepada nasabah yang belum paham dan belum memiliki aplikasi *Mobile Banking* untuk segera paham dan memiliki.

Berdasarkan keterangan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa masih banyak nasabah yang belum menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pada umumnya alasan nasabah tidak menggunakan *mobile banking* adalah nasabah tidak paham apa itu *mobile banking* dan tidak bisa menggunakan untuk transaksi serta ketika akan mendownload aplikasi *mobile banking* tidak memiliki kuota yang cukup. Hal ini merupakan kesempatan Bank untuk mengenalkan bagaimana cara penggunaan *mobile banking* dengan baik dan benar. Harapannya setelah masyarakat mengenal akan penggunaan *mobile banking*, nasabah bisa bertransaksi melalui telfon genggam tanpa harus datang jauh-jauh ke bank.

⁵ Ria, *Wawancara*, 15 September 2020

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perhatian nasabah terhadap layanan *mobile banking*?
2. Apa hal-hal yang mendorong ketertarikan nasabah terhadap layanan *mobile banking*?
3. Bagaimana hasrat nasabah terhadap layanan *mobile banking*?
4. Apa tindakan nasabah terhadap layanan *mobile banking*?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui perhatian nasabah terhadap layanan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui hal-hal yang mendorong ketertarikan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui hasrat nasabah terhadap layanan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui tindakan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu dalam bidang perbankan syariah yang bermanfaat bagi pembaca, serta teori yang berhubungan maupun yang berpengaruh dengan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sebagai bahan perbandingan penelitian yang sama

dengan tempat yang berbeda serta menjadi salah satu referensi bagi kepentingan akademis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terkait peningkatan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

b. Bagi Pihak Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan calon nasabah dalam memilih suatu bank.

E. Sistematika Pembahasan

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

Bab I berisi Pendahuluan Dalam bab ini merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran isi keseluruhan penelitian yang terdiri

dari: Latar belakang masalah untuk mendeskripsikan alasan penelitian ini dilakukan, rumusan masalah yang berguna membantu peneliti mengarahkan fokus kajian yang dilakukan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang minat nasabah.

Bab III berisi mengisi metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi/tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisa data.

Bab IV yang berisi tentang profil perusahaan dan menjelaskan pokok bahasan yang meliputi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

Bab V Bab ini merupakan bab terakhir dari semua rangkaian pembahasan dari Bab I sampai Bab V. Bab ini berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan, saran dan lampiran-lampiran. Bab ini berfungsi untuk mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari.

BAB II

MINAT, *MOBILE BANKING* DAN PENELITIAN TERDAHULU

A. LANDASAN TEORI

1. MINAT

a. Pengertian

Menurut Yudrik Jahja, Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motoric dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.¹ Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (persistent) dan unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya. Menurut Widyastuti, dalam Diah Puspitsrini dan Fariyana Kusumawati minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.² Berdasarkan

¹ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 63.

² Diah Puspitarini dan Fariyana Kusumawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengikuti Pendidikan Profesi Akutansi (PPAK)", *Jurnal Investasi, Universitas Trunojoyo Madura, Vol 7 No. 1* (2011), 47-48.

pendapat Ikhwan Susila dan Fathurrachman, dalam jurnal Martin, minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek dan jasa. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang diinginkan, mengevaluasi merek atau jasa tersebut pada saat digunakan dan menyimpan informasi untuk digunakan pada masa yang akan datang.³

Minat menurut Moh. As'ad dalam bukunya psikologi industry yang dikutip oleh Srimustikarefi dalam jurnalnya, adalah sikap yang membuat orang senang akan obyek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disengangi itu.⁴ Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Menurut Komarudin 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

³ Martin, Hendang Setyo Rukmi, Hari Adianto, "Usulan Peningkatan Minat Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone Samsung Berdasarkan Variabel-Variabel yang Mempengaruhinya Menggunakan Structural Equation Modeling", *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, Reka Integra Vol 1 No.4*, (2014), 132.

⁴ Srimustikarefi, "Pengaruh Minat Konsumen Terhadap Penjualan Kendaraan Roda Dua Merek Honda Pada Cv. Prima Motor Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu", *Jurnal Mahasiswa Prodi SI Manajemen, publisher Vol 1 No.1* (2013), 3.

keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.⁵

Menurut Arius Juliansya minat nasabah adalah perasaan suka dan saling berhubungan antara seseorang dengan suatu hal atau aktifitas tanpa ada paksaan dari pihak lain. Dimana hal tersebut berasal dari tahapan pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen yang pada akhirnya akan terbentuk pengambilan keputusan. Pada dasarnya seseorang memiliki keinginan dan kehendak untuk membeli sesuatu guna memenuhi kebutuhan guntuk hidupnya. Minat (*intrinsic*) adalah kondisi seseorang yang merasa tidak nyaman yang menimbulkan dorongan yang datang dari pengaruh luar atau lingkungan untuk melakukan perilaku atas tindakan (ekstrinsik) untuk memenuhi kebutuhannya.

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

b. Tahapan Minat Konsumen

Tahapan minat konsumen dapat dipahami melalui model AIDA sebagai berikut:⁶

⁵ Dwitya Pratiwi Wulandari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam", *Skripsi* (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018), 8.

⁶ Philip Kotler and Kevin Lane, Keller, *Marketing Management* (2012),

1) Perhatian (Attention)

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

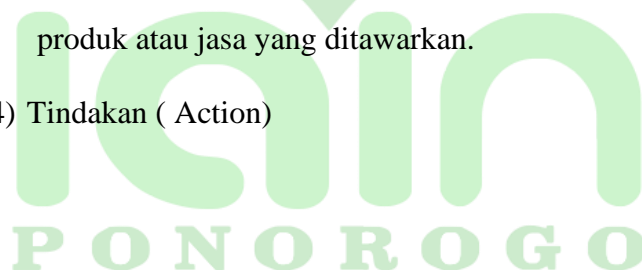
2) Tertarik (Interest)

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

3) Hasrat (Desire)

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

4) Tindakan (Action)



Pada tahapan ini pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁷

Pemahaman masing-masing unsur model CAB adalah sangat penting agar dapat memahami minat beli konsumen dengan baik dan membantu menyusun strategi untuk mempengaruhi konsumen, pengertiannya sebagai berikut:

1) Cognitive

Sikap yang menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu produk atau merek. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan, artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki berbagai atribut dan perilaku spesifik yang akan mengarahkan kepada hasil yang spesifik.

2) Affect

Menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek secara keseluruhan. Perasaan atau emosi tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap produk atau merek. Affect mengungkapkan penilaian

⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 165.

konsumen kepadan suatu produk apakah baik atau buruk, disukai atau tidak disukai.

3) Behavior

Sikap yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan produk atau merek tertentu.⁸

c. Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivasi yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat dan kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”. Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat

⁸ Ibid., Donni Juni Priansa, 166.

untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.⁹

d. Cara Pembentukan Minat Nasabah

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri.

Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

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

e. Jenis dan Sifat Minat

Terdapat dua jenis minat yaitu minat personal (individual) dan situasional. Penjelasan mengenai jenis minat yaitu sebagai berikut:

- 1) Personal interest

⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontramporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 158.

Personal interest atau individual interest adalah aspek yang lebih enduring (tahan lama) pada diri seseorang. Personal interest (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik. Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu berbeda. Menurut Mowen dalam Etta Mamang, menyebut tahap pemaparan, perhatian, dan pemahaman sebagai persepsi.¹⁰

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggi dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya.

Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi beberapa kebutuhan individual.

2) *Situasional interest*

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), h.41.

Situational interest adalah aspek yang berumur lebih pendek. Minat situasional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar, seperti hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional.

Minat itu sendiri memiliki sifat dan karakter khusus, yang akan dijelaskan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual) ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek deskriminatif.
- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

f. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi sebab timbulnya minat terhadap sesuatu keputusan nasabah untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa secara garis besar yang berasal dari dalam individu (internal) dan berasal dari luar lingkungan (eksternal).¹¹

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET,2013), h.41.

Faktor internal yang mempengaruhi minat yang bersumber dari dalam individu yang bersangkutan. Dalam factor internal terdiri atas:

1) Persepsi

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

2) Keluarga

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

3) Motivasi dan Keterlibatan

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

4) Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang.

¹² Ibid., h.42-43

Pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

5) Sikap

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

6) Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif, dan psikomotor secara konsisten dan relative permanen.

Pembelajaran terjadi ketika nasabah (konsumen) berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Mereka akan terus berusaha/mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar-benar puas.

7) Kelompok Usia

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

8) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, melanjutkan uang dan memanfaatkan waktunya. Karena dalam suatu aktivitas yang dilakukan seseorang maka akan berpengaruh terhadap pembelian suatu produk.¹³

Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang bersangkutan dengan:

1) Budaya

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

2) Kelas Sosial

Kelompok sosial merupakan pengelompokan seseorang melalui pemilikan atau pengetahuan dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka. Kelas sosial ditentukan

¹³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET,2013), h.46.

dalam banyak factor antara lain pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, pemilikan, orientasi nilai.

3) Keanggotaan dalam suatu kelompok

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

2. PERHATIAN, KETERTARIKAN, HASRAT DAN TINDAKAN

a. PERHATIAN

1) Pengertian

Menurut para ahli psikologi, perhatian diartikan sebagai pemusatan energi psikis terhadap suatu obyek, jika diartikan sebagai sedikit banyaknya kesadaran yang menyertai suatu aktivitas yang sedang dilakukan. Perhatian diartikan konsentrasi, yaitu pemusatan tenaga dan energi psikis dalam menghadapi suatu objek seiring dengan pendapat kedua ahli tersebut ahli lain mengatakan bahwa “perhatian adalah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada suatu objek tertentu dan unsur pikiranlah yang paling yang paling kuat pengaruhnya.

Perhatian berbeda dari simpati, empati dan komunikasi walaupun ketiganya berhubungan erat dalam keputusan tenaga seseorang. Menurut Abu Ahmadi “perhatian yaitu keaktifan jiwa yang diarahkan pada sesuatu objek, baik didalam maupun di luar dirinya”, sedangkan pendapat senada dikemukakan oleh Slameto “perhatian adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dalam hubungannya dalam pemilihan rangsangan yang datang dari luar”.¹⁴

2) Ciri-ciri dari perhatian dalam psikologi

a) Bertindak secara spontan

Perhatian seringkali terlihat secara spontan atau tidak disengaja.

b) Didasari oleh niat

Perhatian juga bisa timbul karena niat dalam hati. Ini akan mewujudkan suatu tindakan yang didasari oleh kesadaran. Maksudnya, perhatian itu diberikan secara sengaja dan didorong oleh kemauan orang tersebut.

c) Bersifat statis

Perhatian yang datang secara tulus dari hati biasanya akan bersifat statis. Maksudnya perhatian itu tidak mudah hilang ataupun berkurang walaupun dalam waktu cukup lama.

b. KETERTARIKAN

Menurut Sardiman ketertarikan adalah proses yang dialami setiap individu tetapi sulit dijelaskan. Kartono menyampaikan, tertarik adalah

¹⁴ Afiatin Nisa, “Pengaruh Perhatian Orang Tua Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial”, *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol.II No.1 (2015), 2.

suka atau senang, tetapi belum melakukan aktivitas. Rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu objek. ¹⁵

c. HASRAT

Manusia adalah makhluk yang terdiri dari berbagai aspek. Salah satu aspek yang turut menentukan dalam kehidupannya adalah hasrat, sehingga hampir tidak mungkin manusia hidup tanpa hasrat. Hasrat sebagai harapan atau keinginan yang bersifat tidak disadari. Harapan atau keinginan ini berhubungan dengan “kepuhan” karena manusia selalu hidup dalam kondisi kekurangan sehingga melahirkan hasrat-hasrat yang seksual. Berbeda dengan Freud, Lacan memahami hasrat dengan menambahkan filsafat hegel yang bersifat ontologis daripada sekedar dorongan seksual. Hasrat dalam pengertian hegel merupakan hasrat akan pengakuan. ¹⁶

d. TINDAKAN

Tindakan adalah bermakna bagi orang yang melakukannya hal ini membedakannya dengan sekedar perilaku. Dalam hal ini, referensi sosial tidak dibutuhkan. Setiap tindakan yang diarahkan kepada objek adalah ipso facto bermakna. ¹⁷

¹⁵ Andy hakim dan Saiful Amir, “Pengaruh Perasaan Ketertarikan dan Keterlibatan Terhadap Minat Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Peserta Didik Pada SMA Paba Binjai”, *Jurnal Visipena*, Vol 9 No.2 (2018), 406.

¹⁶ Dedi Sahara, “Hasrat Eka Kurniawan dalam Novel seperti Dendam, Rindu harus dibayar tuntas (kajian psikoanalisis jacques lacan)”, *Jurnal Salaka*, Volume 1 No. 2 (2019), 2-16.

¹⁷ Muhammad Supraja, “Alfred Schutz: Rekonstruksi Teori Tindakan Max Weber”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol 1 No.2 (2012).

3. MOBILE BANKING

a. Pengertian

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dengan *website* milik bank yang dilengkapi dengan system keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanna atau jasa *internet mobile banking*.¹⁸

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus dating langsung ke bank. Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone GSM (Global for Mobile Communication) dengan menggunakan SMS (Short Message Service). Mobile banking adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh

¹⁸ Budi Agus Riswadi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.21.

nasabah. Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. Mobile banking ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat Mobile banking, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. Mobile banking merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan arena kenyamanannya. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan. Nasabah menginginkan kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai kebutuhan mereka serta mudah digunakan yang tidak biasa ditawarkan oleh perbankan tradisional.

19

b. Sejarah Mobile Banking

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

¹⁹ Ibid., Dwitya Pratiwi Wulandari, 11.

yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovas baru dengan meluncurkan Mobile banking. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bankswasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi mobile banking. Proses mobile banking sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa mobile banking memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna mobile banking.

Sms banking dan mobile banking adalah bagian dari E-Banking, Perbankan Elektronik yang juga dikenal dengan internet Bnaking adalah sebuah aplikasi yang dimana nasabah dapat melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi system keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui peraturan bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh Bank Umum Penyelenggaraan internet Banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menawab keinginan nasabah perbankan yang

menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan sebagainya. Bukti nyata bahwa mobile banking juga tersebar diseluruh dunia yaitu dapat dilihat dari perkembangan mobile banking yang ada di Negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga Negara Amerika Serikat yang merupakan Negara Negara besar Pengguna Mobile Banking.²⁰

c. Manfaat Mobile Banking

Mobile banking kini telah tersebar ke seluruh dunia tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur system *Mobile Banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *Mobile Banking* dimana saja melalui perangkat mobile banking seperti Handphone. Dengan adanya *Mobile Bnking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas Mobile Banking, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain(SMS Manual), yang biasa dikenal dengan SMS Banking. SMS Banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan Mobile Banking adalah

²⁰ Ibid., 20.

dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan sinyal GSM, layanan Mobile Banking tentu saat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan Mobile Banking. Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja dan berdampak terhadap penggunaan teknologi.²¹

d. Dampak Penggunaan Mobile Banking

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

1) Bank

Dampak yang diberikan Mobile Banking bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

2) Nasabah

Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya Mobile Banking akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

²¹ Ibid., 21.

3) Operator Seluler

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

e. Perkembangan Mobile Banking

Perkembangan Mobile Banking di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan bisnis handphone atau telepon genggam/seluler. Dari sisi penggunaan seluler, tahun 2012 lalu tingkat penetrasi seluler di Negara kita mencapai 110%, sementara ditingkat global 86%.

Pemanfaatan ponsel yang makin canggih ternyata memberikan kemudahan dalam pelayanan perbankan. Nasabah tidak perlu lagi mengantri di counter bank untuk membayar tagihan ataupun mentransfer. Cukup dengan menggunakan Mobile Banking, nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang cepat.

f. Cara Bank Memasarkan Mobile Banking

Bank sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa perbankan, bank menawarkan begitu banyak layanan dan kemudahan bagi para nasabahnya. Salah satunya yaitu menawarkan layanan Mobile Banking yang membantu para nasabah untuk bertransaksi dengan mudah, aman, nyaman dan cepat tanpa harus mengantri lebih lama di bank tersebut.

Setiap bank memiliki caranya masing-masing untuk memasarkan produk dan layanan yang mereka punya. Seperti halnya PT Bank Syariah

Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam memiliki kebijakan tersendiri untuk memasarkan produk dan layanannya. Salah satu layanan yang mereka punya adalah layanan Mobile Banking.

Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam untuk memasarkan layanan Mobile Banking dengan cara menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaa 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 ketempat yang diperlukannya.

Selain itu, teller juga akan melakukan pemasaran untuk setiap produk yang terdapat di Banknya. 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.

4. KAJIAN PUSTAKA

Sejauh pengetahuan perilaku bahwa terlalu banyak yang melakukan penelitian yang membahas tentang analisis minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* bukanlah hal yang baru untuk dijadikan sebagai penelitian skripsi. Namun yang secara khusus membahas tentang analisis minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pacitan tidak banyak yang menggunakan tersebut. Dengan demikian penulis beranggapan penelitian ini masih layak untuk dilakukan. Untuk

menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada, diantaranya yaitu:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh INDRIANNA INDAYATI pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul "*ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP AKAD MUDHARABAH UNTUK PEMBIAYAAN USAHA (Studi Kasus di BPRS Gala Mitra Abadi di Purwodadi) TUGAS*". Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pada akad mudharabah untuk modal usaha ini lebih bagus dibandingkan dengan akad yang lainnya. BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi menggunakan perhitungan keuntungan pendekatan revenue sharing (bagi hasil). Pendekatan ini memiliki pengertian bahwa perhitungan bagi hasil didasarkan pada laba bersih, yaitu pendapatan yang didapat dikurangi dengan biaya usaha dan lain-lain.²²

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Agustia Ningsih pada tahun 2020 dalam skripsinya yang berjudul "*ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT 38B BANJARREJO*". Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya ada dua faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap produk kosmetik wardah yaitu faktor internal (keyakinan, keluarga, pengetahuan,

²² Indrianna Indayati, "*ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP AKAD MUDHARABAH UNTUK PEMBIAYAAN USAHA (Studi Kasus di BPRS Gala Mitra Abadi di Purwodadi) TUGAS*," *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2017).

sikap, pembelajaran, motivasi keterlibatan, dan gaya hidup) dan eksternal (budaya, pemasaran usaha, dan kelas sosial). Dari faktor internal menunjukkan bahwa faktor keyakinan dan pengetahuan merupakan faktor yang paling mendominasi hasil penelitian ini, karena tanpa keyakinan dan pengetahuan masyarakat tidak akan membeli produk kosmetik wardah, dan tidak akan beralih ke produk lain, sebab wardah sudah berlabel halal dari MUI, ber- BPOM, tidak mengandung merkuri, dan terbuat dari bahan alami. Sedangkan dari faktor eksternal menunjukkan bahwa faktor harga merupakan faktor yang mendominasi hasil penelitian ini, karena harga yang ditawarkan oleh produk kosmetik wardah terjangkau dan bisa mendapatkan diskon hingga 5-18%.²³

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh MUHAMMAD IMAM FAUZI pada tahun 2014 dalam skripsinya yang berjudul "*ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN IJARAH DI BMT IHSANUL FIKRI CABANG BUGISAN YOGYAKARTA (STUDI PADA NASABAH PASAR TERBAN YOGYAKARTA)*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan merupakan faktor utama terhadap minat nasabah untuk tetap menggunakan produk BMT Bina Ihsanul Fikri cabang Bugisan Yogyakarta. Dengan faktor-faktor yang 8 tersebut yaitu: faktor produk, faktor promosi, faktor pelayanan, faktor fasilitas pelayanan, faktor kebutuhan, faktor referensi, faktor kemudahan, dan faktor

²³ Fitri Agustia Ningsih, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT 38B BANJARREJO", *Skripsi* (Metro: Institut Agama Islam Metro, 2020).

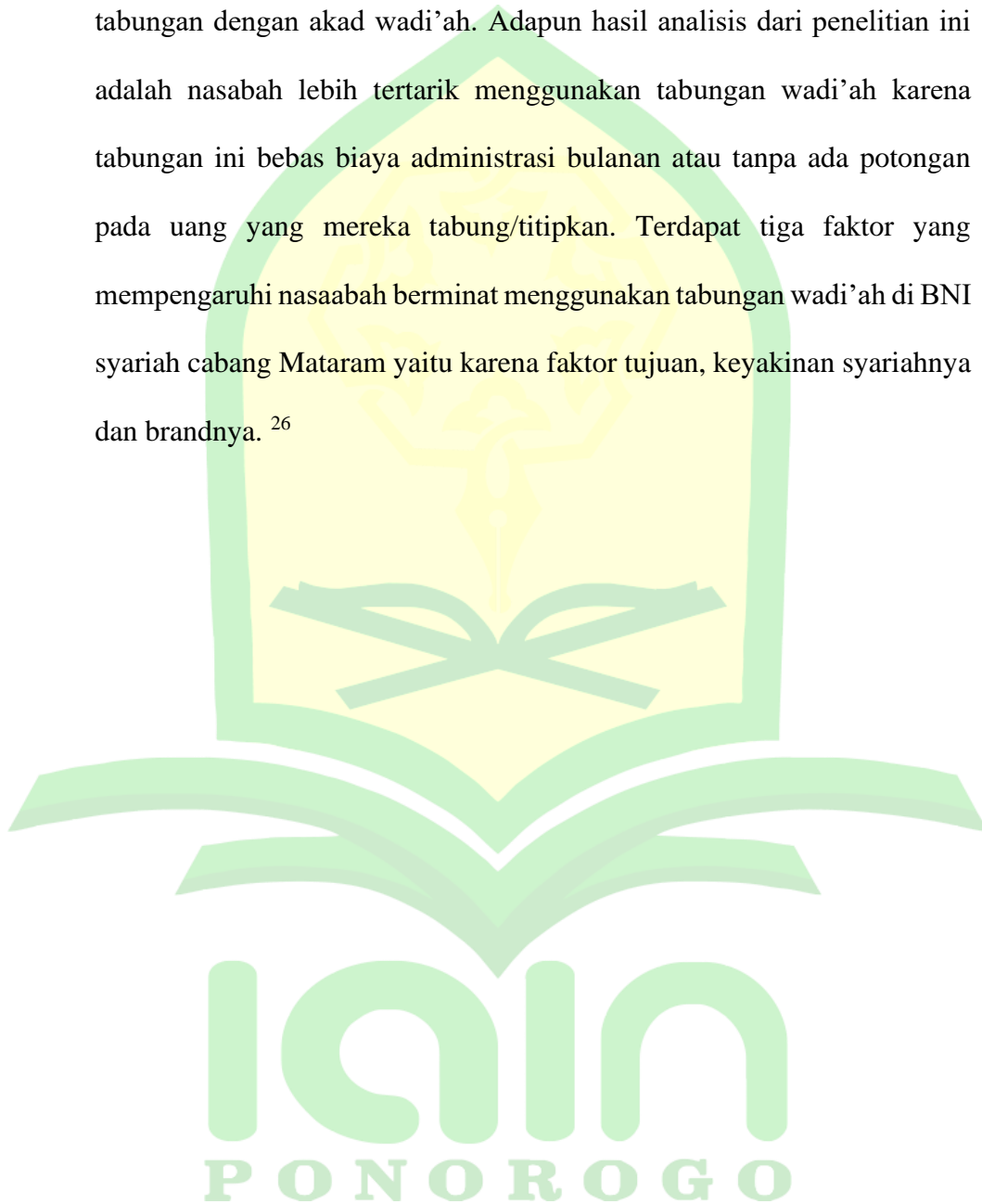
keyakinan, maka faktor pelayanan merupakan faktor yang paling utama dalam dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk ijarah di BMT Bina Ihsanul Fikri cabang Bugisan Yogyakarta.²⁴

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Samsudin pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul “ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN TANGERANG”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan variabel agama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat memilih produk Perbankan Syariah. Nilai signifikansi variabel pengetahuan dan agama sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α yaitu (0,05) dengan masing-masing koefisien pengaruh sebesar 2.529 dan 2.835.²⁵ Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Ismail pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul “ANALISIS MINAT MENABUNG NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN DENGAN AKAD WADI’AH PADA PT. BANK BNI SYARI’AH CABANG MATARAM”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah BNI syariah cabang Mataram dalam menentukan minatnya terhadap produk tabungan dengan akad wadi’ah ini berbeda-beda antara nasabah satu dengan nasabah yang lainnya. Pada dasarnya mereka

²⁴ Muhammad Imam Fauzi, “ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN IJARAH DI BMT IHSANUL FIKRI CABANG BUGISAN YOGYAKARTA (STUDI PADA NASABAH PASAR TERBAN YOGYAKARTA)”, *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

²⁵ Ahmad Samsudin, “ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN TANGERANG”, *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

memiliki perbedaan motif alasan tertentu antara satu sama lainnya sehingga mempengaruhi minat menabung mereka terhadap produk tabungan dengan akad wadi'ah. Adapun hasil analisis dari penelitian ini adalah nasabah lebih tertarik menggunakan tabungan wadi'ah karena tabungan ini bebas biaya administrasi bulanan atau tanpa ada potongan pada uang yang mereka tabung/titipkan. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi nasabah berminat menggunakan tabungan wadi'ah di BNI syariah cabang Mataram yaitu karena faktor tujuan, keyakinan syariahnya dan brandnya.²⁶



²⁶ Ismail, "ANALISIS MINAT MENABUNG NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN DENGAN AKAD WADI'AH PADA PT. BANK BNI SYARI'AH CABANG MATARAM", *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2017).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yang mana mestinya merupakan penelitian yang pencairan data serta pengumpulan data yang dilakukan ditempat terjadinya fenomena atau kasus yang terjadi tersebut. Penelitian menggunakan penelitian *field research* karena peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui dan mengamati langsung fenomena yang terjadi yaitu tentang penerapan analisis minat nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dilakukan agar mendapatkan bukti dan hasil yang tepat.²⁷

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci dan juga menghasilkan data yang

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 292.

tertulis atau lisan. Dalam hal ini peneliti sebagai narasumber secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan untuk melakukan wawancara langsung kepada pihak perusahaan sehingga dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan.

B. Lokasi Penelitian

Peneliti ini mengambil lokasi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan yang terletak di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kec Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur 63518. Alasan peneliti memilih tempat ini adalah bahwa peneliti ingin mengetahui seberapa besar minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia apakah sudah sesuai dengan aturan, ataukah belum, dan juga sebagai upaya untuk mengetahui produk manakah yang lebih diminati oleh nasabah, terutamanya masyarakat sekitar Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

C. Data dan sumber data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data

Data yang digunakan oleh peneliti yaitu data primer yaitu wawancara, wawancara ini untuk mencari informasi dan menerima masukan yang nantinya peneliti akan mengolahnya agar menjadi sebuah data yang akan dimasukkan. Banyaknya informasi maka banyak pula peluang data yang di dapat. Data yang dicari terkait minat

nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam hal ini sumber data diperoleh dari narasumber melalui wawancara ditambah lagi dengan pengisian kuisioner sebagai tambahan data.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide. Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik yang ditentukan. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan data yang telah diteliti. Peneliti memilih Teknik wawancara dan juga menggunakan angket. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Alasan menggunakan angket di teknik pengumpulan data ini dikarenakan hanya untuk menambah hasil agar lebih sempurna.

E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Dengan triangulasi sumber maka peneliti akan menjadikan bagian minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia sebagai sumber

pengumpulan data sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi.

F. Teknik Pengolahan Data

Secara rinci, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Reduksi data adalah proses penyederhanaan data dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan rumusan masalah penelitian yaitu tentang analisis minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan .
2. Display data, adalah suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah untuk dianalisis dan disimpulkan. Data yang diperoleh setelah direduksi kemudian diorganisasikan sesuai dengan rumusan masalah.

G. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menguraikan data yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan dan kemudian mudah dipahami kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dalam hal ini analisis data kualitatif, dalam buku Sugiyono menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara. metode analisis data yang digunakan adalah metode deduktif. Analisis data deduktif adalah analisis

dari kesimpulan umum yang diuraikan menjadi fakta untuk menjelaskan kesimpulan atau generasi tersebut.



BAB IV

DATA DAN ANALISIS

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Perusahaan

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pacitan hadir tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang di landasi dengan syariat Islam. Inilah yang menjadi salah satu keunggulan bank syariah mandiri, dan memiliki tujuan untuk membangun indonesia yang lebih baik. Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Indonesia (BSI) sejak awal pendiriannya.¹

Bank ini berdiri pada 25 Oktober 1955 dengan nama Bank Industri Nasional. Bank ini beberapa kali berganti nama dan terakhir kali berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 1999 setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi. PT. Bank Syariah Indonesia secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.²

¹ Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan, <https://www.syariahmandiri.co.id/tentangkami/profil-perusahaan>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2020.

² Ibid.

PT Bank Syariah Indonesia hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. PT. Bank Syariah Indonesia memperluas jaringannya dengan membuka kantor-kantor cabang ataupun kantor cabang pembantu diseluruh nusantara. Salah satunya ialah dengan membuka Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu di Pacitan Jawa Timur. Seiring dengan cita-cita Bank Syariah Indonesia untuk berbakti pada negara sampai pelosok nusantara, Bank Syariah Indonesia melihat prospek bisnis yang sangat potensial dan bagus di daerah Pacitan, Jawa Timur sebagai tempat untuk memperluas usahanya di bidang perbankan dengan mengembangkan nilai-nilai syariahnya, sehingga didirikanlah Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia di Jalan Ahmad Yani No. 90 Pacitan Sidoarjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.³

Setelah berapa tahun beroperasi maka Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan resmi berdiri pada tanggal 13 Maret 2012 dengan direktur utama Bapak Yuan Frika Pramoryanto Kantor Cabang Pacitan. Perkembangan Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan terbilang sangat pesat awalnya hanya memiliki karyawan 10 orang. dan sampai sekarang pada bulan Oktober 2020 saat kami melakukan kegiatan magang karyawan Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan semua berjumlah 22 orang dengan pimpinan Bpk. Feri Ahmad Ichbal Khadafi, S.Kom. Pada awal berdirinya BSI Cabang pacitan hanya

³ Ibid.

fokus pada pembiayaan mikro, Karena pada saat itu masyarakat di pacitan belum banyak yang mengenal BSI, dan BSI Cabang pacitan juga termasuk lembaga bank syariah pertama dan satu-satunya bank syariah yang ada di pacitan saat ini.

a. Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”⁴

- 1) Bank Syariah Terdepan : Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, comercial, dan corporate.
- 2) Bank Syariah Modern : Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

⁴Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, <https://www.syahiahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁵

c. Perkembangan BSI Pacitan

Bank Syariah Indonesia tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Indonesia dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

Saat ini Bank Syariah Indonesia memiliki 1 Kantor Pusat dan 1.736 jaringan kantor yang terdiri dari 129 kantor cabang, 398 kantor cabang pembantu, 50 kantor kas, 1000 layanan syariah bank di Bank Syariah Indonesia dan jaringan kantor lainnya, 114 payment point, 36 kantor layanan gadai, 6 kantor mikro dan 3 kantor non operasional

⁵ Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017 <https://www.syahiahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

di seluruh propinsi di Indonesia, dengan akses lebih dari 200.000 jaringan ATM.⁶

PT Bank Syariah Indonesia berhasil mempertahankan kinerja positif meski pandemi Covid-19 belum mereda. Capaian ini terlihat dari tumbuhnya sejumlah indikator bisnis utama Bank Syariah Indonesia seperti penyaluran pembiayaan, dana pihak ketiga (DPK), dan raihan laba setelah pajak hingga akhir Agustus 2020. Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Toni EB Subari mengatakan, hingga penghujung Agustus 2020 laba bersih yang dihimpun perseroan tumbuh 26,58 persen secara tahunan (year on year) menjadi Rp957 miliar (unaudited). Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga berhasil meningkatkan pembiayaan hingga 6,18 persen yoy menjadi Rp76,66 triliun di periode yang sama. Dimana pembiayaan segmen ritel tumbuh 12,52% menjadi Rp48,55 triliun seiring strategi fokus yang ditetapkan. Peningkatan laba bersih dan pembiayaan Bank Syariah Indonesia ditopang pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) yang mencapai 13,17 persen secara yoy menjadi Rp99,12 triliun per Agustus. Sementara itu, rasio non performing finance

⁶ Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

(NPF) perseroan berhasil ditekan 0,27 persen secara yoy menjadi 2,51 persen di periode yang sama. Meski berpotensi tumbuh pesat, sejumlah tantangan harus dijawab pelaku industri perbankan syariah saat ini. Salah satunya, perbankan syariah harus terus mengencangkan upaya meningkatkan tingkat inklusi dan literasi keuangan syariah masyarakat.⁷

Sedangkan perkembangan BSI Pacitan juga terbilang sangat pesat. Awalnya BSI Pacitan hanya memiliki karyawan 10 orang dengan kepala BSI Pacitan pada saat itu adalah Yuan Frika Pramoryanto. Per Oktober 2020, yaitu saat kami melaksanakan kegiatan magang, karyawan BSI Pacitan semua berjumlah 22 orang.

d. Prestasi yang Diraih

Pada tahun 2014 lalu BSI Pacitan mendapatkan dua penghargaan yaitu yang pertama atas keberhasilannya dalam memenuhi dan mencapai target bisnis pada aspek pencapaian *Funding*. Dan yang kedua atas keberhasilannya dalam memenuhi dan mencapai target bisnis pada aspek pencapaian *Fee Based Income*. Tahun 2017 BSI Pacitan

⁷ <https://pressrelease.kontan.co.id/release/mandiri-syariah-pertahankan-kinerja-positif-di-masa-pandemi>. Di akses pada tanggal 20 Oktober 2020.

mendapatkan penghargaan cabang terbaik pembiayaan segmen consumer.

Struktur Organisasi

Adapun daftar karyawan Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan sebagai berikut:⁸

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan

No	Nama	Jabatan
1.	Feri Ahmad Ichbal Khadafi, S. Kom.	Manajer Bank Syariah Mandiri Cabang Pacitan (<i>Branch Manager</i>)
2	Handri Purwoko	Manajer Perbankan Mikro (<i>Micro Banking Manager</i>)

⁸ Bank Syariah Mandiri, *Tugas Pegawai Bank Syariah Mandiri (Office)*, www.banksyariahmandiri.co.id/strukturorganisasi/tugaspegawai. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020.

3	Mohammad Ardhan Zainuddin	Manajer Hubungan Konsumen Junior <i>(Consumer Banking Relationship Junior)</i>
4	Agus Arif Darmawan	Analisis Pembiayaan Mikro <i>(Micro Financing Analys)</i>
5	Sigit Harianto Tri Wahono Faris Kurniawan	<i>Retail SalesExecutive</i>
6	Sartini	Koordinator Pembiayaan Pensiunan <i>(CO Area Pensiunan)</i>
7	Lukman Hakim Joko Dian Yanuarko Indra Dhanu Prasetya Alwi Bashori	Penjualan Pembiayaan Pensiunan <i>(SalesForce)</i>

8	Fauzal Shadiq	Manajer Operasi Cabang (<i>Branch Operation Service & Manager</i>)
9	Vika Fitri Anggraita	Pelayanan Pelanggan (<i>Customer Service</i>)
10.	Oki Marta Saputri Siwi Pamungkas	Kasir (<i>Teller</i>)
11.	Siti Nur Aisyah	<i>Back Office</i>
12.	Ilham Tri Cahyono	Sopir (<i>Driver</i>)
13.	Toni Widayanto Deni Kurniawan	Keamanan (<i>Security</i>)
14.	Didik Sulistiyono	Pesuruh Kantor (<i>Office Boy</i>)

Sumber: *General Support Staff* PT. Bank Syariah Indonesia⁹

⁹ Ibid.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tugas dan wewenang dari masing-masing divisi, sebagai berikut :¹⁰

a. *Branch Manager*

- 1) Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran pembiayaan pensiun.
- 2) Ikut memastikan kelayakan terhadap pembiayaan pensiun yang diajukan oleh nasabah.
- 3) Memberikan persetujuan atau menolak permohonan pembiayaan pensiun.
- 4) Melakukan monitoring atas kelancaran pembiayaan pensiun.

b. *Micro Banking Manager*

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis, yaitu pembiayaan, pendanaan, dan *fee based*.
- 2) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing, financing* dan *maintenance* terhadap seluruh nasabah segmen mikro.
- 3) Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan *recovery* nasabah sesuai target yang ditetapkan.

c. *Customer Banking Relationship Manager*

¹⁰ Bank Syariah Mandiri, *Tugas Pegawai Bank Syariah Mandiri (Office)*, www.banksyariahmandiri.co.id/strukturorganisasi/tugaspegawai. diakses pada tanggal 20 Oktober 2020.

- 1) Menganalisis dokumen nasabah untuk memastikan kelayakan nasabah pembiayaan pensiun.
- 2) Menginput data nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun.
- 3) Melakukan monitoring atas kelancaran angsuran nasabah pembiayaan pensiun.
- 4) Menjaga kualitas pembiayaan pensiun.
- 5) Melakukan penandatanganan akad pembiayaan dengan nasabah pensiunan.
- 6) Melakukan kunjungan lapangan kepada nasabah pembiayaan pensiun.
- 7) Melakukan monitoring pengambilan manfaat pensiun nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun.

d. *Micro Financiang Analys*

- 1) Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.
- 2) Melakukan penginputan pada sistem aplikasi *financing approved system* (FAS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Membuat Nota Analisa Pembiayaan (NAP) melalui sistem FAS atau manual berdasarkan hasil verifikasi dan penilaian agunan.

e. *Retail Sales Executive*

- 1) Bertanggung jawab terhadap promosi produk untuk mendukung tercapainya penjualan.
- 2) Menyusun rencana kerja (proyeksi pencapaian, perencanaan penjualan, rencana produktifitas).
- 3) Mengatur jadwal yang efektif demi tercapainya pertemuan dan negosiasi.
- 4) Membuat daftar list seluruh klien dalam sistem dan informasi yang dibutuhkan seperti harga, kode dan segmen.
- 5) Kegiatan prospecting bersama kelompok atau individu.
- 6) Kemampuan menjual dengan personal sales.

f. *Sales Force*

- 1) Mengunjungi nasabah pensiunan untuk menawarkan produk pembiayaan pensiun.
- 2) Melakukan *pick up* dokumen persyaratan nasabah pembiayaan pensiun.
- 3) Mendampingi nasabah melakukan *take over* pembiayaan pensiun di bank lain.
- 4) Mendampingi CBRM dan nasabah pembiayaan pensiun dalam proses penandatanganan akad pembiayaan.

g. *Customer Service*

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BSI kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan

rekening tabungan, giro dan deposito, serta keluhan nasabah dan *stock opname* kartu ATM.

h. *Teller*

- 1) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan.
- 2) Mengelola saldo kas *Teller* sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.

i. *Branch Funding Operational*

- 1) Melakukan pencairan pembiayaan pensiun.
- 2) Melakukan monitoring atas kelancaran pembayaran angsuran pembiayaan pensiun.

j. *General Support Staff*

- 1) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.
- 2) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
- 3) Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.

k. *Security*

- 1) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.
- 2) Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang

telah ditetapkan.

- 3) Melaksanakan tugas pengawasan uang/ barang berharga/ dokumen penting.

1. *Driver*

- 1) Mengantar/ menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.
- 2) Menjamin kendaraan dinas/ kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.

m. Office Boy¹¹

- 1) Menjaga kebersihan di lingkungan/ kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
- 2) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.
- 3) Membantu frontliner dalam hal fotokopi dokumen dan yang terkait dengan operasional bank.

2. Kegiatan Umum Perusahaan

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan atau bentuk lainnya yang berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

¹¹ Ibid.

- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad *salam*, akad *istishna*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- f. Membeli, menjual, atau menjamin resiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah, antara lain, seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hawalah*.
- g. Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan Bank Indonesia.
- h. Memerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah.
- i. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan prinsip syariah.

- j. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah.¹²

B. Data

1. Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking dilihat dari perhatian

Pada dasarnya mobile banking merupakan aplikasi yang paling efektif dan sangat memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang ke ATM, sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Vika Fitri Anggraita selaku customer service yaitu:¹³

“sebenarnya mobile banking sangat efektif digunakan oleh nasabah karena mereka tidak perlu datang ke ATM untuk bertransaksi.”

Hal itu juga disampaikan oleh Ibu Oki Marta Saputri selaku Teller yaitu:¹⁴

“sangat efektif, apalagi sekarang sangat jarang orang yang tidak memiliki hp android, hampir semua kalangan memiliki android dan sangat bisa kalau mereka mau menggunakan layanan mobile banking”

Walaupun mobile banking dirasa efektif digunakan tetapi tidak semua orang mau menggunakan layanan mobile banking, seperti yang disampaikan oleh Ibu Vika Fitri Anggraita yaitu:¹⁵

“tetapi tidak semua nasabah mau menggunakan layanan mobile banking. Biasanya yang tidak mau menggunakan layanan mobile

¹² Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

¹³ Vika Fitri Anggraita, wawancara, 15 september 2020

¹⁴ Oki Marta Saputri, wawancara, 15 september 2020

¹⁵ Vika Fitri Anggraita, wawancara, 18 September 2020

banking adalah lansia karena mereka sangat jarang bertransaksi, sedangkan kalau orang dewasa alasannya tidak mau menggunakan mobile banking agar tidak boros dalam artian mereka tidak mau diberi kemudahan bertransaksi agar lebih hemat, karena menurut mereka jika memiliki akses kemudahan maka mereka akan mudah dan sering melakukan transaksi.”

Perhatian nasabah dalam penggunaan mobile banking masih kurang maksimal, karena tidak semua nasabah mau menggunakan layanan mobile banking. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Vika Fitri Anggraita:¹⁶

“nasabah yang mau menggunakan layanan mobile banking biasanya ketika kita tawari layanan tersebut akan terlihat antusias atau terkadang bahkan ada yang sudah tahu tentang layanan mobile banking jadi kita tidak perlu memperkenalkannya lagi. Sebaliknya, jika nasabah tersebut enggan menggunakan atau tidak tertarik menggunakan layanan mobile banking mereka tidak akan terlalu memperhatikan.”

2. Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking dilihat dari ketertarikan

Nasabah akan tertarik menggunakan layanan mobile banking ketika mereka sering melakukan transaksi sehingga membutuhkan akses yang mudah untuk bertransaksi, seperti yang disampaikan oleh Ibu Vika Fitri Anggraita yaitu:¹⁷

“kebanyakan nasabah yang tertarik menggunakan layanan mobile banking yaitu nasabah yang memiliki aktifitas bertransaksi, contohnya nasabah yang memiliki usaha online shop atau karena pekerjaan mereka yang mengharuskan mereka sering melakukan transaksi.”

3. Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

dilihat dari hasrat

Keinginan nasabah menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan sudah ada peningkatan, dilihat dari perhatian dan ketertarikan nasabah dalam menanggapi penyampaian layanan mobile banking. Seperti yang di jelaskan Ibu Vika Fitri Anggraita yaitu:¹⁸

“nasabah yang ingin menggunakan mobile banking sudah ada peningkatan, dilihat dari perhatian dan ketertarikan mereka saat mendengarkan penawaran layanan mobile banking. Mereka yang ingin menggunakan mobile banking akan antusias mendengarkan dan bertanya mengenai layanan mobile banking.”

Selanjutnya Ibu Oki Marta Saputri juga menambahkan:¹⁹

“terkadang nasabah memiliki keinginan untuk menggunakan layanan mobile banking, tetapi terkadang mereka mengatakan tidak memiliki hp android atau hp mereka tidak bisa untuk mendownload layanan mobile banking sehingga mereka tidak bisa menggunakan mobile banking.”

4. Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking

dilihat dari tindakan

Keputusan penggunaan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan kebanyakan adalah mahasiswa dan masyarakat yang membutuhkan kemudahan akses untuk bertransaksi, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Vika Fitri Anggraita yaitu:²⁰

“kebanyakan pengguna layanan mobile banking adalah mahasiswa dan masyarakat yang membutuhkan akses kemudahan untuk bertransaksi. Menurut mereka, menggunakan

¹⁸ Vika Fitri Anggraita, wawancara, 20 September 2020

¹⁹ Oki Marta Saputri, wawancara, 20 September 2020

²⁰ Vika Fitri Anggraita, wawancara, 18 September 2020

mobile banking dirasa lebih efektif dan efisien waktu tidak perlu datang ke ATM dan hanya melakukan topup saldo ATM saja.”

Penelitian menggunakan kuesioner untuk mengetahui seberapa luas pengetahuan nasabah terhadap *mobile banking* yang banyak kurang di mengerti dari pertanyaan yang ada dikuesioner jawaban yang tertera sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Kuesioner Nasabah

Opsi	%	Jumlah
SS	28,13	9
S	50,00	16
RR	12,50	4
TS	6,25	2
STS	3,13	1

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 78,13% dari 32 responden yang mengisi kuesioner sudah mengetahui atau bahkan sudah menggunakan *mobile banking*. Sedangkan sisanya ada yang sudah mengetahui tetapi masih ragu-ragu, bahkan ada yang sama sekali belum mengetahui tentang *mobile banking*.

C. Analisis

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pacitan hadir tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang di landasi dengan syariat Islam. Inilah yang menjadi salah satu keunggulan bank syariah mandiri, dan memiliki tujuan untuk

membangun indonesia yang lebih baik. Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Indonesia (BSI) sejak awal pendiriannya.

Produk Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.

Di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan layanan mobile banking juga memiliki peminat yang cukup banyak walaupun belum maksimal.

Dilihat dari perhatian nasabah mengenai layanan mobile banking, mereka banyak yang antusias tetapi juga tidak sedikit yang acuh terhadap layanan mobile banking karena merasa tidak membutuhkan layanan mobile banking. Biasanya mereka yang acuh kebanyakan adalah lansia, karena mereka merasa jika menggunakan layanan mobile banking dirasa tidak terlalu di butuhkan.

Dilihat dari ketertarikan nasabah menggunakan layanan mobile banking, mereka yang tertarik menggunakan layanan mobile banking adalah nasabah yang memiliki usaha seperti online shop atau masyarakat yang bekerja dan membutuhkan transaksi perbankan.

Dilihat dari keinginan nasabah menggunakan layanan mobile banking, sebenarnya tidak sedikit yang ingin menggunakan tetapi terkadang terkendala handphone yang kurang mensupport untuk aplikasi mobile

banking sehingga mereka tidak bisa menggunakan layanan mobile banking.

Dilihat dari tindakan nasabah yang ingin menggunakan mobile banking, mereka yang akhirnya menggunakan layanan mobile banking adalah mahasiswa atau masyarakat umum yang membutuhkan akses kemudahan bertransaksi.

Namun, jika dilihat dari kuesioner, sebagian besar responden sudah mengetahui bahkan sudah menggunakan *mobile banking* karena kebanyakan yang mengisi kuesioner adalah anak muda, jadi mereka tahu tentang *mobile banking*.

Indikator yang ada dalam perhatian, ketertarikan, Hasrat dan tindakan pada minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* yaitu fitur di *mobile banking* yang menarik membuat nasabah ingin mengetahui tentang produk *mobile banking* yang mana dengan fitur yang menarik dan membuat lebih efisien waktu. Jadi, nasabah akan tertarik menggunakan layanan *mobile banking*. Sehingga nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Lalu muncul tindakan yang dilakukan oleh nasabah ada dua, yaitu bagi nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*, berarti mereka merasa bahwa *mobile banking* merupakan layanan yang tepat dan mereka menggunakan. Bagi nasabah yang tidak menggunakan layanan *mobile banking*, berarti mereka merasa kurang atau tidak membutuhkan layanan tersebut.

Jadi minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dalam penggunaan layanan *mobile banking* masih kurang maksimal. Hal itu bisa terjadi karena kurangnya sosialisasi eksternal yang dilakukan oleh pihak BSI KCP Pacitan, sehingga kurangnya pemahaman masyarakat terhadap layanan *mobile banking*.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada analisis data yang mengacu pada rumusan masalah penelitian terkait analisis minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhatian nasabah mengenai layanan *mobile banking*, mereka banyak yang antusias tetapi juga tidak sedikit yang acuh terhadap layanan *mobile banking* karena merasa tidak membutuhkan layanan *mobile banking*. Biasanya mereka yang acuh kebanyakan adalah lansia, karena mereka merasa jika menggunakan layanan *mobile banking* dirasa tidak terlalu di butuhkan. Jadi, nasabah yang perhatian adalah nasabah yang ingin mengetahui tentang layanan *mobile banking*.
2. Ketertarikan nasabah, nasabah yang tertarik adalah nasabah yang telah memperhatikan dan mengetahui tentang layanan *mobile banking* sehingga mereka tertarik dengan layanan *mobile banking*. dan yang memiliki ketertarikan yaitu orang yang memiliki usaha seperti online shop atau masyarakat yang bekerja dan membutuhkan transaksi perbankan.
3. Keinginan nasabah, nasabah yang memiliki keinginan adalah nasabah yang telah mengetahui fitur *mobile banking* dan mereka merasa ingin atau membutuhkan layanan *mobile banking*. Sebenarnya tidak sedikit

yang ingin menggunakan tetapi terkadang terkendala handphone yang kurang mensupport untuk aplikasi *mobile banking* sehingga mereka tidak bisa menggunakan layanan *mobile banking*.

4. Tindakan nasabah, nasabah yang membuat tindakan menggunakan layanan *mobile banking* adalah nasabah yang membutuhkan layanan *mobile banking* untuk berbagai kebutuhan mereka. Jadi, yang akhirnya menggunakan layanan *mobile banking* adalah mahasiswa atau masyarakat umum yang membutuhkan akses kemudahan bertransaksi.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama dilapangan dan melaukan wawancara dengan pihak yang terkait penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan
 - a. Pihak bank harus meningkatkan kembali kinerja dalam melakukan sosialisasi kepada nasabah agar nasabah bisa mengenal dan mau menggunakan *mobile banking*.
 - b. Untuk lebih meningkatkan kinerjanya peneliti menyarankan agar pihak bank membuat iklan tentang *mobile banking*.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya.

- b. Mengembangkan teori untuk membantu bank syariah untuk melaksanakan kinerjanya dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan (Yogyakarta: Andi Offset, 2007),111.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011).
- Kotler, Philip and Kevin Lane, Keller, *Marketing Management* (2012).
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontramporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Riswadi, Budi Agus. *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET,2013).

Sumber Skripsi:

- Ahmad Samsudin, “ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN TANGERANG”, *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).
- Dwitya Pratiwi Wulandari, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam”, *Skripsi* (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).
- Fitri Agustia Ningsih, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT 38B BANJARREJO”, *Skripsi* (Metro: Institut Agama Islam Metro, 2020).
- Indrianna Indayati, “ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP AKAD MUDHARABAH UNTUK PEMBIAYAAN USAHA (Studi Kasus di BPRS Gala Mitra Abadi di Purwodadi) TUGAS,” *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2017).
- Ismail, “ANALISIS MINAT MENABUNG NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN DENGAN AKAD WADI’AH PADA PT. BANK BNI SYARI’AH CABANG MATARAM”, *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2017).
- Muhammad Imam Fauzi, “ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN IJARAH DI BMT IHSANUL FIKRI

CABANG BUGISAN YOGYAKARTA (STUDI PADA NASABAH PASAR TERBAN YOGYAKARTA)”, *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

Sumber Jurnal:

Afiatin Nisa, “Pengaruh Perhatian Orang Tua Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial”, *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol.II No.1 (2015), 2.

Andy hakim dan Saiful Amir, “Pengaruh Perasaan Ketertarikan dan Keterlibatan Terhadap Minat Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Peserta Didik Pada SMA Paba Binjai”, *Jurnal Visipena*, Vol 9 No.2 (2018), 406.

Dedi Sahara, “Hasrat Eka Kurniawan dalam Novel seperti Dendam, Rindu harus dibayar tuntas (kajian psikoanalisis jacques lacan)”, *Jurnal Salaka*, Volume 1 No. 2 (2019).

Diah Puspitarini dan Fariyana Kusumawati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengikuti Pendidikan Profesi Akutansi (PPAK)”, *Jurnal Investasi*, Universitas Trunojoyo Madura, Vol 7 No. 1 (2011), 47-48.

Martin, Hendang Setyo Rukmi, Hari Adiinto, “Usulan Peningkatan Minat Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone Samsung Berdasarkan Variabel-Variabel yang Mempengaruhinya Menggunakan Structural Equation Modeling”, *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, Reka Integra Vol 1 No.4, (2014), 132.

Muhammad Supraja, “Alfred Schutz: Rekonstruksi Teori Tindakan Max Weber”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol 1 No.2 (2012).

Restu Guriting dan Panggalih Zaki Baridwan, “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 1, No 2, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, (2013).

Srimustikarefi, “Pengaruh Minat Konsumen Terhadap Penjualan Kendaraan Roda Dua Merek Honda Pada Cv. Prima Motor Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu”, *Jurnal Mahasiswa Prodi SI Manajemen*, publisher Vol 1 No.1 (2013), 3.

Sumber Internet:

Aryanto Dwi, “Teknologi Perbankan,” dalam *dwiaryantodwi.blogspot.co.id*, (diakses pada 24 Januari 2019, jam 19.23).

Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan, <https://www.syariahamandiri.co.id/tentangkami/profil-perusahaan>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2020.

Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

Bank Syariah Mandiri, *Tugas Pegawai Bank Syariah Mandiri (Office)*, www.banksyariahmandiri.co.id/strukturorganisasi/tugaspegawai. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020.

<https://pressrelease.kontan.co.id/release/mandiri-syariah-pertahankan-kinerja-positif-di-masa-pandemi>. Di akses pada tanggal 20 Oktober 2020.

Sumber Wawancara:

Ria, *Wawancara*, 15 September 2020

Oki Marta Saputri, *wawancara*, 15 september 2020

Vika Fitria Anggraita, *Wawancara*, 1 September 2020

Sumber Al-Qur'an

QS. Al-Baqarah: 164





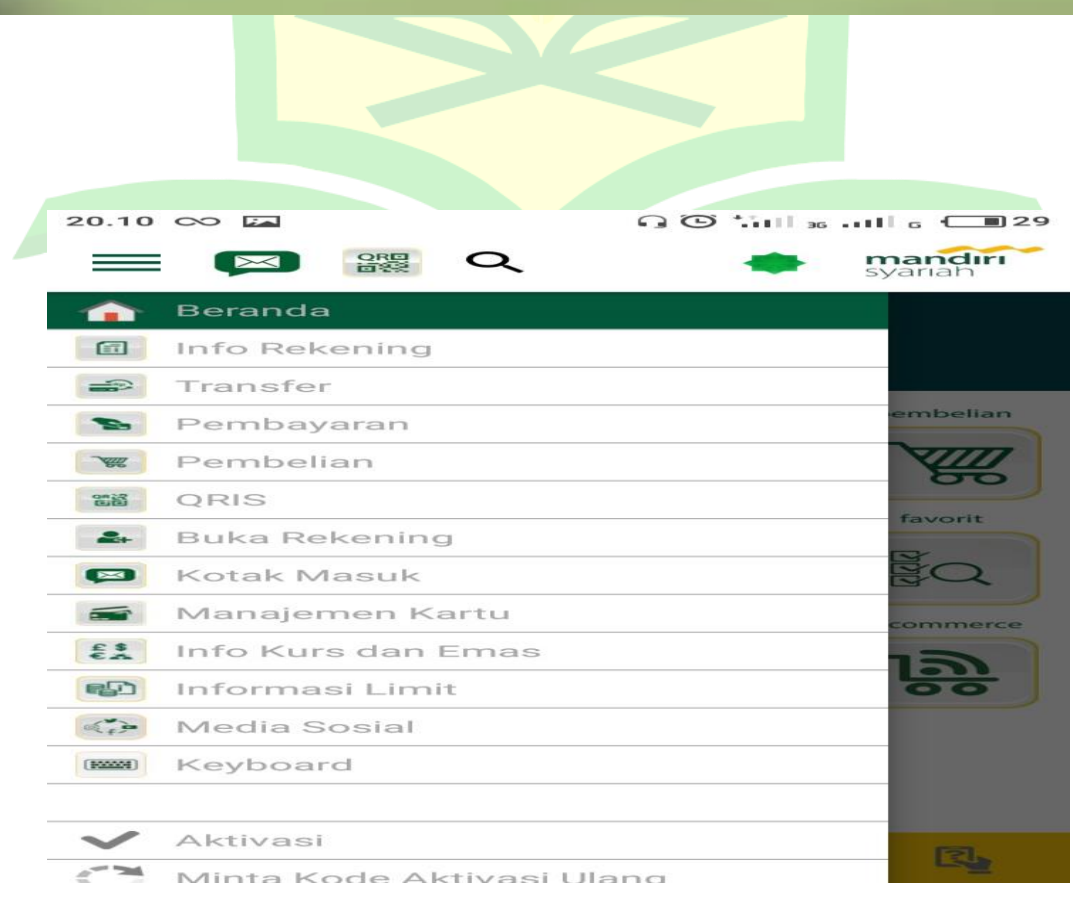
IAIN
PONOROGO

LAMPIRAN





Mandiri Syari...



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Syiva Noer Faturrozhiah
2. Tempat & Tgl. Lahir : Bekasi, 29 November 1999
3. Alamat Rumah : Rt/Rw. 03/01, Dsn. Krajan, Ds. Nglaran, Kec. Tulakan, Kab. Pacitan, 65731.
4. Hp : 083845515773
5. E-mail : faturrozhiahsyivanoer30@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Panjirangin
 - b. SDN 3 NGLARAN
 - c. SMPN 3 TULAKAN
 - d. MAN PACITAN
 - e. IAIN PONOROGO

Ponorogo, 16 November 2021

Syiva Noer Faturrozhiah
NIM: 210817034

IAIN
P O N O R O G O