

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan

Siti Bejana Siagian; Khairina Tambunan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Pasar V Medan, Universitas islam Negeri Sumatera Utara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah

siagianana34@gmail.com ; khairinatambunan@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini mempermudah kita buat melaksanakan bermacam aktivitas salah satunya di bumi perbankan, badan perbankan sudah mempunyai inovasi terkini ialah layanan Mobile Banking. Riset ini berjudul Faktor- faktor yang pengaruhi Minat Nasabah Memakai Sarana *Layanan Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. PT Bank Syariah Indonesia merupakan bank di Indonesia yang beranjak di aspek perbankan syariah. Bank itu hasil dari pencampuran Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, serta BRI Syariah jadi satu. BSI KCP Perbaungan mempunyai bermacam layanan serta produk buat ditawarkan pada pelanggan. Salah satunya ialah sarana *Mobile Banking*, dimana *Mobile Banking* ini bisa memudahkan pelanggan buat melaksanakan bisnis tanpa wajib tiba langsung ke bank. Riset ini bermaksud mengenali apa saja faktor- faktor yang jadi atensi pelanggan dalam memakai *Mobile Banking* di BSI KCP Perbaungan. Tipe riset ini merupakan riset kualitatif dengan pendekatan deskriptif, tipe informasi yang dipakai ialah melaksanakan pemantauan, tanya jawab (interview) pada pegawai BSI KCP Perbaungan, serta pemberian angket pada pelanggan BSI KCP Perbaungan untuk mengambil sampel dari beberapa nasabah. Riset ini meyakinkan atensi pelanggan memakai *Mobile Banking* yang disebabkan efisien,praktis, nyaman, mudah, serta keamanan yang amat terpelihara.

Kata Kunci : Minat, kemudahan, kemanfaatan, kenyamanan, kepercayaan.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini Negeri Indonesia sudah hadapi perkembangan teknologi yang bertumbuh cepat. Apalagi pada era saat ini teknologi ialah perihal yang amat berarti serta diperlukan oleh bermacam golongan masyarakat, tidak cuma di Indonesia tapi bahkan diluar negeri amat menginginkan teknologi. Sebab teknologi seluruh orang bisa memudahkan pekerjaan dan aktivitas mereka. Bersamaan berjalannya perkembangan teknologi informasi sangat menarik atensi paling utama dalam bumi perbankan. Teknologi data amat dibutuhkan apalagi jadi sesuatu keinginan. Akhir- akhir ini banyak sekali pergantian pada teknologi data, begitu pula dibidang telekomunikasi mayoritas diakibatkan terdapatnya dorongan serta dahsyatnya pertandingan di bumi perbankan. Kemajuan ini terus menjadi pesat. Banyaknya konsumen internet di Indonesia pasti tidak bisa dipungkiri juga mendorong sebuah bisnis buat lebih maju serta berkembang dengan baik. Internet jadi alat dalam melaksanakan bisnis pemasaran serta pembelian. Tidak hanya itu internet menjadi alat buat mencari informasi dimana saja. Teknologi pula mendesak bumi perbankan buat turut berperan dalam menggunakan internet. Ini ialah peluang untuk bumi perbankan agar berjalan maju dengan membagikan pelayanan yang lebih bagus pada para nasabahnya, tidak cuma menawarkan kecekatan dalam bertransaksi namun juga kemudahan dan kenyamanan untuk pelanggan buat melaksanakan bisnis finansial ataupun non finansial dengan cara online tanpa mewajibkan nasabahnya buat tiba (datang) serta mengantre di bank ataupun ATM. Keringanan dan kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan lewat layanan *Mobile Banking*.

Mobile Banking ialah suatu aplikasi yang bisa diunduh di handphone alhasil pelanggan bisa melaksanakan bisnis bank dimanapun serta kapanpun dengan memakai telepon genggam. Berguna untuk pelanggan dalam berbagai hal, contohnya cek saldo, transfer bisa dicoba tanpa butuh berangkat dari rumah ke tempat bank, tanpa keterbatasan ruang serta durasi sebab pelanggan cuma hanya bisa mengecek perinci akun mereka, memperoleh informasi bank mereka, melaksanakan bisnis semacam mengirim duit ke akun lain serta melunasi gugatan mereka dengan aman baik itu di rumah ataupun di kantor. Apalagi mobile banking lebih berguna dari internet banking dalam perihal tidak butuh login di komputer dalam menjaga transaksi perbankan(Chavali serta Kumar 2018).

PT Bank Syariah Indonesia salah satu badan yang beranjak di aspek perbankan yang telah sediakan layanan *Mobile Banking*. Terdapatnya sarana layanan *Mobile Banking* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan agar mempermudah para pelanggan yang akan melaksanakan transaksi tanpa wajib tiba ke Bank Syariah Indonesia.

Layanan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan seiring berjalannya waktu mengalami peningkatan dan juga kemajuan. PT Bank Syariah Indonesia KCP perbaungan juga memperbanyak fitur-fitur seperti pengecekan saldo, transfer, pembayaran untuk kebutuhan sehari-hari, pembayaran zakat, E-Mas, dan lain sebagainya. Meski sedemikian itu PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan mempunyai sedikit hambatan pada dalam layanan *Mobile Banking* ialah minimnya jaringan yang menyebabkan seringnya terputusnya jaringan internet dikala mengenakan *Mobile Banking*. Perihal ini ialah keluh kesah para pelanggan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan. Permasalahan begitu jadi perbaikan untuk PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan.

Pada perihal ini Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan wajib bertugas semaksimal mungkin dalam pemasaran layanan *Mobile Banking* ini pada warga dalam menarik atensi pelanggan memakai layanan itu. Aktivitas pemasaran wajib senantiasa terdapat dalam tiap upaya, upaya sosial ataupun upaya yang mengarah keuntungan. Melakukan pemasaran sangat penting untuk penuhi keinginan dan kebutuhan warga pada suatu produk serta pelayanan. Pemasaran teramat berarti buat tingkatkan wawasan warga.

Dalam perihal pemasaran, bank wajib mempunyai tujuan-tujuan jelas yang mau dicapai lewat cara pemasaran itu. Salah satu tujuan pemasaran bank adalah memaksimalkan mengkonsumsi alhasil bisa menarik atensi pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu pihak bank wajib mengutip berperan yang sedemikian itu besar buat bisa memasarkan *Mobile Banking* dengan cara bagus serta lebih keras supaya warga bisa menggemari lebih dalam lagi buat memakai sarana *Mobile Banking* itu.

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang persoalan yg telah dikemukakan, maka rumusan masalah di penelitian ini ialah :

1. Faktor-faktor yang mensugesti minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
2. Bagaimana cara bank melakukan pemasaran supaya menarik minat nasabah dalam memakai *Mobile Banking*.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.
2. Memahami bagaimana bank melakukan pemasaran agar menarik minat nasabah dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

Landasan Teori

1. Minat

A. pengertian Minat

Ketertarikan seorang kepada sesuatu subjek hendak lebih terasa bila subjek itu jadi target serta berhubungan dengan keinginan serta kemauan orang yang berhubungan. Dalam kamus bahasa Indonesia, atensi dimaksud selaku kegemaran hendak atensi ataupun kemauan (kecondongan batin). Minat berhubungan dengan kegemaran ataupun kebahagiaan seorang kepada sesuatu subjek. Semacam yang dikatakan Slameto, minat merupakan rasa senang, ketertarikan kepada suatu ataupun kegiatan tanpa terdapat yang memberitahunya.

Minat sebagai aspek psikologis tidak hanya mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang membuat seseorang merasa tertarik pada sesuatu. Sedakan para nasabah adalah konsumen yang bertindak sebagai penyedia dana dalam transaksi barang atau jasa.

Bagi Komarudin, Minat nasabah merupakan sesuatu rasa lebih senang serta rasa ketertarikan pada sesuatu cara pengumpulan ketetapan yang dicoba oleh pelanggan. Terdapat sebagian langkah dalam cara pengumpulan ketetapan yang biasanya dicoba oleh seorang ialah identifikasi keinginan serta cara data nasabah.

B. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Faktor- faktor yang pengaruhi minat Bagi Reber dalam Muhibbin Syah(2005) antara lain:

1. Aspek Internal

Aspek Internal merupakan suatu yang membuat berkeinginan yang datangnya dari dalam diri seorang. Aspek dalam merupakan konsentrasi atensi, keingintahuan, dorongan serta keinginan.

2. Aspek Eksternal

Aspek eksternal merupakan suatu yang membuat berkeinginan yang datangnya dari luar diri, semacam keluarga, kawan, ada infrastruktur serta alat ataupun sarana serta kondisi.

C. Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah

Bagi Bimo Walgito mengatakan minat merupakan sesuatu kondisi dimana seorang memiliki atensi kepada suatu serta diiringi dengan kemauan buat mengenali serta menekuni ataupun menginginkan lebih lanjut.

Minat merupakan kehendak setiap pribadi dalam melaksanakan sikap khusus sebelum sikap begitu dilaksanakan. Terdapatnya atensi buat melaksanakan sesuatu perbuatan ataupun aksi yang hendak memastikan apakah aktivitas demikian hendak dilakukan. Aktivitas inilah yang diucap dengan sikap (perilaku).

Dengan begitu, sikap ialah niat atau minat yang telah direalisasikan dalam wujud tingkah laku yang nampak. Dalam filosofi aksi berargumen dijabarkan kalau kemauan atau minat dipengaruhi oleh tindakan serta norma yang dihubungkan. Begitu juga sabda Allah SWT dalam An- Najm bagian 39- 40 yang maksudnya Serta sebenarnya seseorang orang tidak mendapatkan tidak hanya apa yang sudah diusahakannya, Serta sebenarnya upaya itu nanti hendak diperlihatkan (kepadanya).

D. Cara Pembentukan Minat Nasabah

Pada dasarnya Minat bisa dibangun dalam hubungannya dengan objek. Yang amat berfungsi dalam pembuatan niat ini yaitu bisa berawal dari orang luar ataupun orang lain. Meski minat ini mengarah dari dalam diri kita sendiri. Selanjutnya merupakan cara- cara pembentukan niat ialah:

1. Melaksanakan pendekatan individu kepada objek.
2. Membagikan rangsangan dengan metode membagikan hadiah ataupun apresiasi.
3. Berlatih dari pengalaman
4. Membagikan data seluasnya-luasnya.

1. Mobile Banking

A. Sejarah Mobile Banking

Mobile Banking dimunculkan awal kali oleh Excelcom pada akhir 1995 serta reaksi yang diterima pula beraneka ragam. Kerangka balik dari kedatangan *Mobile Banking* ini pula diakibatkan oleh bank-bank yang dikala ini mau menemukan keyakinan dari tiap nasabahnya. Serta salah satu metode yang dicoba ialah dengan eksploitasi teknologi.

Teknologi yang berkembang dengan cepat, wajib digunakan dengan cara sebaik mungkin. Berbagai teknologi sediakan inovasi terkini yang bisa dipakai oleh bank dalam usahanya agar senantiasa tingkatkan mutu layanan yang terdapat. Alhasil dari situlah bank-bank yang terdapat diseluruh bumi membuat sesuatu inovasi terkini dengan meluncurkan *Mobile Banking*. Ilustrasinya di Indonesia, bank pemerintah ataupun bank swasta nasional bersaing buat meluncurkan teknologi *Mobile Banking*.

Cara *Mobile Banking* sendiri timbul tidak cuma berkaitan dengan bank saja, tetapi teknologi ini pula bertugas serupa dengan operator seluler. Alhasil bisa diamati kalau *Mobile Banking* membagikan banyak profit untuk seluruh golongan, bagus untuk bank, operator seluler ataupun untuk para pelanggan konsumen *Mobile Banking*.

Sms Banking serta *Mobile Banking* merupakan bagian dari *E- Banking*, Perbankan Elektornik yang pula diketahui dengan *Internet Banking* merupakan suatu aplikasi yang dimana pelanggan bisa melaksanakan bisnis, pembayaran dan bisnis yang lain lewat internet dengan web kepunyaan bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari durasi ke durasi, kian banyak bank yang sediakan layanan ataupun pelayanan *Internet Banking* yang diatur lewat Peraturan Bank Indonesia Nomor. 9 atau 15 atau PBI atau 2007 Tahun 2007 mengenai Aplikasi Manajemen Resiko Dalam Pemakaian Teknologi Data Oleh Bank

Biasa. Penajaan Internet Banking ialah aplikasi teknologi informasi yang lalu bertumbuh serta digunakan buat kemauan pelanggan perbankan yang membutuhkan service kilat, nyaman, aman, ekonomis serta ada tiap dikala (24 jam) serta bisa diakses dari mana saja, baik dari HP, Pc, Laptop atau Notebook, PDA, serta serupanya.

Fakta jelas kalau *Mobile Banking* pula terhambur diseluruh bumi ialah bisa diamati dari kemajuan *Mobile Banking* yang terdapat di negara-negara Eropa spesialnya Jerman serta pula negeri Amerika Serikat yang merupakan Negara-negara besar Konsumen *Mobile Banking*.

B. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile Banking ialah suatu aplikasi aplikasi mobile commerce yang berpusat kepada permasalahan finansial perbankan, alhasil membolehkan dikerjakannya kegiatan-kegiatan seperti aktivitas yang bisa dicoba lewat ATM (Automatic Teller Machine) dengan menggunakan fitur mobile. *Mobile Banking* mempermudah layanan, terdapatnya pergantian digital buat dipakai serta digunakan oleh orang. Dimana kecanggihan teknologi yang dapat memudahkan kegiatan orang, semacam perihalnya keringanan layanan yang terbuat oleh sistem perbankan syariah yang ada pada layanan *Mobile Banking* serta mempermudah orang buat berbisnis.

Mobile Banking membagikan bermacam keringanan kepada para nasabah dalam melaksanakan transfer antar sesama rekening ataupun beda rekening, melunasi gugatan listrik, cek saldo dan masih banyak yang lainnya. Para klien tidak butuh sibuk untuk tiba ke bank ataupun ATM buat melaksanakan berbagai transaksi. Dengan terdapatnya *Mobile Banking* para nasabah jadi lebih gampang melaksanakan transaksi dimana saja serta bila saja.

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang bisa diakses langsung lewat telepon seluler atau hp GSM (Garis besar for Mobile Communication) dengan memakai SMS (Short Message Service). *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan lewat telepon seluler dengan memakai jaringan informasi yang dipakai oleh para nasabah.

Dibalik kemudahan yang diberikan *Mobile Banking*, tentu saja ada sebagian kelemahan. Salah satu kelemahan pada *Mobile Banking* terdapatnya seseorang hacker buat memperoleh data account ataupun debit serta data kartu angsuran dari konsumen. Tidak hanya kelemahan di atas pula ada sebagian kelemahan dalam jasa pada *Mobile Banking* yang lain, antara lain:

- a) Pengiriman pemberitahuan yang telambat diperoleh oleh nasabah
- b) Kekeliruan pengiriman ke no lain
- c) Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, meski nasabah sudah melaksanakan transaksi
- d) Hingga dikala ini pengiriman SMS yang asih kerap tertunda ataupun diketahui dengan sebutan pending, alhasil transaksi yang sepatutnya real time jadi tidak real time lagi.

C. Manfaat *Mobile Banking*

Mobile Banking pada saat ini sudah terhambur luas ke seluruh muka bumi, tidak cuma dinikmati oleh Negeri peluncur saja, bahkan semua negara juga sudah menikmati keringanan akses perbankan yang ditawarkan bank lewat *Mobile Banking* dimana saja lewat fitur mobile semacam Hp. Dengan terdapatnya *Mobile Banking*, pihak bank berupaya memudahkan akses para nasabahnya dalam melaksanakan bisnis perbankan. Para klien bank tidak butuh lagi berangkat ke ATM buat melaksanakan berbagai transaksi, hanya dengan memakai telepon seluler.

Nyaris seluruh bank di Indonesia sudah sediakan sarana *Mobile Banking*, seperti berbentuk SIM toolkit (Menu Layanan data) ataupun SMS plain (SMS manual) yang lazim diketahui dengan SMS Banking. SMS Banking ialah suatu sarana yang diadakan oleh bank buat melaksanakan bisnis finansial serta permohonan data finansial seperti mutasi rekening, cek saldo, dan lainnya.

Kelebihan *Mobile Banking* merupakan bisa diakses oleh semua konsumen telepon seluler dengan jenis GSM. Dengan luasnya capaian signal GSM, layanan *Mobile Banking* pasti amat memanjakan para nasabahnya. Tetapi buat konsumen handphone dengan jenis CDMA, belum seluruh operatornya sediakan layanan *Mobile Banking*.

Kemanfaatan pemakaian *Mobile Banking* untuk pelanggan mencakup membuat para pekerja lebih gampang, menaikkan daya produksi, mempertinggi daya guna, serta meningkatkan kemampuan profesi. Kemanfaatan yang tingkatkan kinerja yang berakibat kepada pemakaian teknologi.

D. Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Pemakaian *Mobile Banking* berakibat positif untuk para nasabah serta pula pihak bank. Berikut dampak *Mobile Banking* yaitu:

1. Nasabah

Dampak bagi para nasabahnya yaitu mereka memperoleh suatu pelayanan yang memudahkan mereka dalam melakukan transaksi apa saja karena adanya layanan *Mobile Banking*

2. Bank

Buat badan perbankan akibat yang diserahkan oleh *Mobile Banking* pada bank itu sendiri merupakan mereka memperoleh profit dari para nasabah

METODE PENELITIAN

Tipe riset ini berbentuk riset dekriptif kualitatif ialah tipe riset yang temuan-temuannya tidak didapat lewat metode statistik ataupun wujud hitungan yang lain. Berupaya menguasai serta memaknakan arti sesuatu insiden interaksi perilaku orang dalam suasana tertentu bagi perspektif periset sendiri. Dicoba dalam suasana yang alami (natural setting). Tata cara kualitatif lebih bersumber pada pada watak fenomenologis yang mengutamakan pendalaman (verstehen).

Riset kualitatif ini berupaya mengkonstruksi kenyataan serta menguasai maknanya. Alhasil, riset kualitatif umumnya amat mencermati berbagai proses, insiden serta keaslian. Memanglah dalam riset kualitatif kedatangan nilai peneliti yang sifatnya akurat dalam suasana yang terbatas, mengaitkan poin dengan jumlah relatif sedikit. Dengan begitu, perihal yang umum dicoba beliau berkuat dengan analisa tematik. Peneliti kualitatif umumnya ikut serta dalam interaksi dengan kenyataan yang ditelitinya. Tata cara kualitatif bertumbuh menjajaki sesuatu ajaran selaku cara yang tidak sempat menyudahi (unfinished process). Beliau bertumbuh dari cara pencarian serta penahanan arti yang diserahkan oleh sesuatu kenyataan serta kejadian sosial. Ada 5 tipe tata cara riset kualitatif yang banyak dipergunakan, ialah: (1) pemantauan ikut serta (observasi); (2) analisa obrolan; (3) analisa artikel; (4) analisa isi; serta (5) pengumpulan informasi ethnografis. Pemantauan ikut serta (observasi) umumnya mengaitkan seorang periset kualitatif langsung dalam setting sosial. Beliau mencermati, dengan cara lebih kurang terbuka, di dalam berbagai macam keahlian dari peranan-peranan poin yang ditelitinya. Di dalam jurnal ini pangkal informasi terdiri dari informasi pokok (primer) serta informasi inferior (sekunder). Informasi pokok yang diperoleh langsung dari subjek yang diawasi sebaliknya informasi inferior berawal dari buku-buku ataupun jurnal yang berkaitan dengan riset ini. Informasi pokok pada riset ini didapat dari hasil tanya jawab mendalam bersama informan.

Karakteristik khas lain dari tata cara ini merupakan penekanannya pada prosedur. Prosedur berarti memandang gimana kenyataan, realita, pertanda serta insiden itu terjalin serta dirasakan. Dengan cara tertentu mengenai gimana periset ikut serta di dalamnya serta menjalankan kedekatan dengan orang lain. Pemfokusan pada prosedur membayangkan terdapatnya tingkatan yang butuh dilewati serta tidak langsung jadi. Dalam hubungannya dengan kedekatan antara manusia, cara berarti periset mulai dari sapa sapaan, identifikasi diri lebih jauh serta menggapai tingkatan yang besar ialah kedekatan. Pengalaman mengenai cara ini senantiasa bermacam-macam serta berlainan pada tiap-tiap orang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking*

Tujuan yang hendak dicapai dari riset ini ialah agar meninjau sudah sampai sejauh mana atensi pelanggan dalam memakai layanan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. Selanjutnya akan dilakukan penyebaran kuesioner pada nasabah yang ikut serta. Dari riset yang dicoba oleh penulis dengan mewawancarai seseorang pegawai di PT Bank Syariah Indonesia diperoleh informasi sebesar 80% pelanggan PT Bank Syariah Indonesia yang sudah memakai layanan *Mobile Banking*. Hingga dari hasil riset ini pengarang mengutip ilustrasi dengan metode menabur angket pada para pelanggan PT Bank Syariah Indonesia agar memandangi reaksi para pelanggan kepada layanan *Mobile Banking* ini. Hasil dari pengisian angket yang sudah dilakukan bahwa ternyata sudah banyak mengetahui bahkan lebih dari sebagian nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan yang sudah memahami dan menggunakan layanan *Mobile Banking*. Akan tetapi sedang terdapat beberapa kecil nasabah responden yang menghadapi kendala perihal memakai *Mobile Banking* lantaran minimnya wawasan responden mengenai layanan *Mobile Banking*.

Analisa balasan responden mengenai anggapan faktor- faktor yang pengaruhi atensi pelanggan dalam memakai layanan *Mobile Banking* didasarkan pada balasan responden atas pertanyaan- pertanyaan yang tertera pada angket yang telah disebar. Hasil asumsi responden kepada anggapan faktor- faktor yang pengaruhi atensi pelanggan dalam memakai *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan, bisa dijabarkan dibawah ini:

1. Pemakaian layanan *Mobile Banking* bisa Mempermudah segala Transaksi yang Diinginkan

Persepsi mengenai memudahkan membagikan anggapan kalau sesuatu system didesain bukan agar mempersulit pengguna, namun mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Dengan kemudahan layanan ini pastinya akan terus menjadi banyak pelanggan yang terpicat pada layanan *Mobile Banking* itu. tanggapan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* ini sangat memudahkan mereka dalam melaksanakan transaksi kapanpun serta dimanapun terletak, seperti pembayaran tagihan listrik, transfer ke sesama maupun beda rekening, cek saldo, serta pula dapat melaksanakan pembelian yang lainnya. Dengan terdapatnya layanan *Mobile Banking* para pelanggan tidak butuh susah payah berangkat ke bank dan tidak perlu antri. Sudah sangat jelas bahwa layanan *Mobile Banking* ini dapat menghemat waktu dan tenaga para nasabah. Dan juga mengoperasikan layanan *Mobile Banking* ini sangat mudah sehingga para nasabah dapat menggunakannya.

Cara Penggunaan Layanan BSI *Mobile* antara lain:

- a. Transfer ke sesama rekening BSI: pilih fitur transfer, masukkan pin, lalu pilih transfer antar rekening BSI, pilih rekening debit, pilih bank tujuan, masukkan no rekening tujuan, masukkan nominal, masukkan keterangan (jika perlu saja), lalu klik selanjutnya, konfirmasi, dan transaksi akan berhasil.
- b. Transfer ke bank lain: pilih fitur transfer, masukkan pin, klik transfer ke rekening bank lain, lalu rekening debit, pilih tujuan transfer, masukkan no rekening tujuan, pilih metode transfer, masukkan nominal, masukkan keterangan (jika perlu saja), lalu klik selanjutnya, konfirmasi, dan transaksi akan berhasil.
- c. Informasi Saldo: pilih info rekening, lalu informasi saldo, seelah itu masukkan pin, kemudian akan muncul tampilan saldo anda saat ini pada akun 71XXXXXXXX (no rekening anda sendiri), sebesar Rp 100.000.
- d. Pembelian voucher hp: pilih menu beli, lalu pilih voucher hp, masukkan sandi, kemudian pilih operator yang anda inginkan, setelah itu masukkan no telepon penerima, klik selanjutnya, pilih nominal, masukkan pin, kemudian konfirmasi pembelian akan muncul seperti no HP penerima

pulsa, jumlah nominal pembelian, dan biaya admin. Dan masih banyak menu lainnya yang bisa nasabah gunakan.

2. Pemakaian *Mobile Banking* Bisa Mengirit Waktu

Pemakaian *Mobile Banking* sangat menghemat waktu bagi para nasabahnya, disebabkan tidak butuh berangkat ke ATM ataupun ke BSI KCP Perbaungan buat melaksanakan transaksi transfer, setor, serta yang lainnya. Dengan memakai layanan *Mobile Banking* para nasabah bisa menggunakannya dimanapun mereka berada hanya dengan memakai hp mereka.

3. Menggunakan *Mobile Banking* Sangat Sesuai Dengan Keperluan Nasabah

Selain memberikan kemudahan serta bisa mengirit waktu para nasabah, *Mobile Banking* juga cocok dengan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan. Kenapa? Sebab dengan terdapatnya layanan *Mobile Banking* ini para pelanggan tidak susah payah ke kantor BSI KCP PERBAUNGAN, cukup dengan telepon seluler. Dan juga sangat mempermudah nasabah karena para nasabah memiliki kegiatan atau pekerjaan masing-masing setiap harinya. Dengan menggunakan *Mobile Banking*, para nasabah dengan mudahnya bertransaksi tanpa harus mengganggu kegiatan atau pekerjaan mereka.

4. Pemakaian *Mobile Banking* Berikan Keamanan

Keamanan merupakan salah satu prinsip yang harus ditanamkan oleh pihak BSI KCP Perbaungan. Karena dengan adanya keamanan maka data pribadi nasabah terjaga dan terlindungi sehingga membuat para nasabah percaya dengan layanan *Mobile Banking*. Keamanan juga termasuk dalam menarik minat para nasabah dikarenakan kerahasiaan transaksi yang dilakukan para nasabah sangat aman dan itu menjadi daya tarik nasabah untuk memakai layanan *Mobile Banking* tersebut. Jadi bagi para konsumen *Mobile Banking* tidak butuh merasa takut dalam memakai layanan *Mobile Banking* ini sebab telah mempunyai system keamanan yang mutakhir sehingga privasi nasabah dapat terlindungi.

Dari uraian faktor- faktor yang pengaruhi atensi pelanggan dalam memakai *Mobile Banking*, dapat diamati sebenarnya para pelanggan suka dan senang memakai *Mobile Banking* ini disebabkan banyak sekali faedah serta kegunaannya.

A. Cara Bank Dalam Memasarkan *Mobile Banking*

Badan finansial semacam bank begitu banyak menawarkan berbagai macam layanan serta kemudahan untuk para penggunanya, salah satunya ialah layanan *Mobile Banking* yang meringankan para konsumennya dalam melaksanakan transaksi dimana serta bila saja dengan aman, nyaman, mudah, dan tentunya sangat praktis tanpa datang ke ATM atau bank.

Cara setiap bank memasarkan produk pasti berbeda-beda, termasuk BSI KCP Perbaungan yang mempunyai cara tersendiri dalam memasarkan layanan dan produk yang mereka punya serta *Mobile Banking* ialah salah satu layanan itu.

Metode yang dipakai PT Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan dalam melakukan pemasaran layanan *Mobile Banking* ini adalah ketika para nasabah sedang lagi membuka rekening dana (tabungan), sehabis mebuca rekening telah berakhir *costumer service* langsung menawarkan layanan *Mobile Banking* pada nasabah untuk mempermudah kegiatan bertransaksi tanpa harus datang ke ATM atau BSI KCP Perbaungan.

Bukan hanya *Customer Service*, seluruh karyawan bank juga dapat melakukan pemasaran kepada para nasabah. Contohnya Security, selain bertugas menjaga keamanan bank, Security juga terlibat dalam peran memasarkan layanan *Mobile Banking*. Caranya dengan ketika nasabah ingin melakukan transaksi misalnya mengirim uang kepada saudaranya, saat sebelum membagikan no antrean, Security hendak menawarkan layanan *Mobile Banking* itu serta menjelaskan keunggulan *Mobile Banking* memberikan kemudahan dalam transaksi tanpa wajib mengantre ke teller bank. Setelah itu sehabis pelanggan terpicat serta membenarkan memakai layanan *Mobile Banking*, Security hendaknya memusatkan ke *Customer Service* agar membuka layanan *Mobile Banking* itu.

Tidak hanya Security, teller pula dapat berperan dalam memasarkan layanan *Mobile Banking* ketika para nasabah ingin melakukan penyetoran, setelah selesai melakukan transaksi, teller hendak memohon waktu nasabah sebentar buat menawarkan *layanan Mobile Banking* tersebut. Dan jika pelanggan sepakat untuk menggunakannya, teller hendaknya memanggil security buat memusatkan pelanggan ke *Customer Service* supaya lekas melakukan pembukaan layanan BSI *Mobile*.

PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan juga melakukan pemasaran dalam layanan *Mobile Banking* dengan metode telephone para pelanggan seperti pelanggan lazim ataupun pelanggan priority buat menawarkan layanan *Mobile Banking* tersebut.

Mobile Banking menyediakan berbagai layanan jasa seperti:

1. Info rekening
2. Transfer
3. Bayar
4. Beli
5. Favorit
6. E-mas
7. Tarik tunai
8. Layanan Islami
9. Berbagai
10. Top Up
11. Buka Rekening
12. E-Commerce
13. Transaksi Terjadwal
14. Keyboard
15. Pembiayaan

Syarat membuka layanan BSI *Mobile*

1. Handphone yang bisa unggah foto dan video call
2. KTP
3. NPWP
4. Kertas berisi tanda tangan dan difoto
5. Setor awal Rp 100.000

Cara membuka rekening BSI *Mobile*

1. Unduh BSI *Mobile* di Play Store atau bisa juga AppStore
2. Lalu pilih BSI *Mobile* yang baru saja diunduh, sampai muncul tampilan Buka Rekening
3. Pilih tabungan Easy Wadiah
4. Setelah itu unggah foto KTP dan selfie dengan KTP sendiri, dan tanda tangan
5. Kemudian masukkan data diri sesuai KTP
6. Verifikasi
7. Terakhir yaitu setoran awal Rp 100.000

Setelah proses selesai, para nasabah PT Bank Syariah Indonesia langsung dapat menggunakan dan menikmati berbagai fitur untuk transaksi di BSI *Mobile*.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Faktor- faktor yang pengaruhi atensi pelanggan buat memakai *Mobile Banking* ialah keringanan, kenyamanan, serta keamanan yang diserahkan alhasil para pelanggan amat terpicat serta tidak terdapat keragu-raguan buat memakai layanan *Mobile Banking* tersebut. Dengan memakai layanan *Mobile Banking*, para pelanggan tidak butuh tiba langsung ke ATM ataupun ke kantor agar melakukan transaksi dikarenakan betapa efisien serta mudahnya layanan *Mobile Banking*, juga bisa menghemat durasi (waktu) serta para pelanggan bisa melaksanakan aktivitas ataupun profesi yang lain tanpa harus membuang waktu.

Agar menarik atensi pelanggan PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan juga melaksanakan pemasaran pada para pelanggan dengan metode menawarkan layanan *Mobile Banking* tersebut dan menjelaskan keunggulan fitur-fitur yang ada di *BSI Mobile* agar para nasabah terpicat serta berkeinginan buat memakai layanan *Mobile Banking*.

SARAN

Perlunya meningkatkan pelayanan yang baik supaya para pelanggan merasa aman serta terpicat dalam memakai layanan *Mobile Banking* ini. Para karyawan bank juga dapat melakukan pemasaran dengan berbagai cara serta menjelaskan kemudahan dan keunggulan *Mobile Banking* sehingga para masyarakat mudah menguasai serta terpicat buat memakai layanan *Mobile Banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.K., *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Sandro Jaya, 2011.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Komarudin. *Kamus Perbankan*. Jakarta:Grafindo, 1994.
- Muhibbin, Syah. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*. Yogyakarta:ANDI, 2013.
- Gunawan ,Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Jary, David and Julia Jary. *Dictionary of Sociology*. Glasgow: HarperCollins Publishers, 1991.
- Raco. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Wulandari, Dwitya Pratiwi. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*. Skripsi D-III, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- Angela, Maya. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2014.
- Novi, Hadi Syamsul. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, skripsi. Universitas Islam Indonesia, 2015.
- Fitria, Yoli Ananda. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Menggunakan Mobile Banking*. Diploma atau S1 thesis, UIN SMH BANTEN, 2022.
- Singleton, Jr, Royce Bruce C. Straits, Margaret M. Straits and Ronald J. McAllister. *Approaches to Social Research*. New York: Oxford University Press, 1988.
- Gubrium, Jaber F and James A. Holstein. "Qualitative Methods", dalam Encyclopedia of Sociology, Vol. 3. New York: Macmillan Publishing Company, 1992.
- www.syariahamandiri.co.id