

Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU

Intan Wulan Dari Bancin¹, Nurul Jannah²

1 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate, 20371, intanbancin2207@gmail.com

2 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate, 20371, jnurul1992@gmail.com

Abstrak

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju di dunia, maka setiap perusahaan-perusahaan kecil maupun besar berlomba-lomba untuk mengembangkan sistem mereka, salah satunya adalah pada bank-bank di Indonesia yang berlomba-lomba membuat sistem pelayanan yang mudan praktis layaknya aplikasi BSI mobile. Banyaknya transaksi jual beli yang dilakukan dengan menggunakan media online menjadikan banyaknya masyarakat di haruskan melakukan pembayaran melalui online juga dengan menggunakan fitur-fitur yang telah tersedia. Dengan fitur-fitur yang telah dirancang sedemikian rupa yang dapat membantu segala kegiatan transaksi nasabah, BSI mobile hadir di masyarakat untuk membantu kemudahan transaksi tersebut. Maka dengan itu penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisa: (1) Apa yang menjadi hambatan mahasiswa UINSU dalam menggunakan BSI mobile, (2) Mengebangkan minat mahasiswa UINSU dalam menggunakan aplikasi BSI mobile dalam pembayaran E-commerce.

Adapun Penelitian ini menggunakan metode peneitian field research karena peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui dan mengamati langsung fenomena yang terjadi yaitu tentang tingkat kepuasan nasabah mahasiswa UINSU dalam menggunakan BSI mobile di Bank Syariah Indonesia agar mendapatkan bukti dan hasil yang tepat. Sampel penelitian didapat dari beberapa mahasiswa UINSU yang telah diambil dari setiap fakultas yang ada di UINSU. Terdapat ada 16 jumlah responden yang saya ambil dari setiap fakultas dan dapat disimpulkan bahwa 7 (46,6%) dari 15 orang mahasiswa menggunakan BSI mobile dan 9 (60%) dari 15 orang mahasiswa UINSU tidak menggunakan aplikasi tersebut karna telah menggunakan aplikasi pembayaran lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BSI mobile merupakan aplikasi yang masih belum diketahui dan diminati oleh sebgaaian mahasiswa UINSU. Dan bagi nasabah yang tidak menggunakan layanan BSI mobile, berarti mereka merasa kurang atau tidak membutuhkan layanan tersebut.

Keyword: Minat, BSI Mobile, E-commerce, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perbankan Syariah berkembang pada masa reformasi yang diatur dengan undang-undang dan disahkan oleh UUD 1998 tentang dasar hukum dan jenis usahanya dijalankan dan diterapkan oleh bank syariah. (Antonio, 2001)

Bank dikatakan sebagai perusahaan keuangan yang aktifitas utamanya antara lain mengumpulkan dana (fundraising) yang bersumber dari kelompok penduduk dan mengembalikan dana tersebut ke penduduk dalam layanan pinjaman atau kredit, serta penyediaan jasa perbankan lainnya. (Kasmir, 2008)

Perbankan Syariah mulai dikenal di masyarakat bahkan di Bank Konvensional pada saat pascakrisis moneter pada tahun (1997/1998). Pada saat itu perbankan syariah telah berdiri sejak 1992 di Indonesia yang merupakan Bank Muamalat Indonesia. Pada saat terjadinya krisis moneter banyak bank konvensional yang hancur. Hal tersebut membuat para banker mulai berpikir dan mulai mencari alternative perbankan menggunakan sistem syariah. Maka dari itu pada tahun 1999, berdirilah bank syariah ke dua yaitu Bank Syariah Mandiri, anak perusahaan Bank Mandiri.

Bank Syariah mulai mengalami perkembangan yang signifikan dalam kurun 10 tahun. Meskipun secara nasional market share bank konvensional masih lebih unggul dari pada bank syariah. Dengan begitu persaingan pada perbankan syariah dan konvensional semakin ketat. Hal tersebut menuntut bank syariah untuk terus meningkatkan layanan untuk memuaskan nasabah. Pada saat ini nasabah lebih membutuhkan kemudahan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dari pada jarak antara aktivitas nasabah dan kantor bank.

Nasabah Bank Syariah tidak hanya dari kalangan muslim saja, namun juga mencakup berbagai agama meskipun Bank Syariah menawarkan berbagai produk dan jasa yang berdasarkan prinsip syariah Islam. Maka dari itu Bank Syariah berlomba-lomba untuk bersaing dengan bank konvensional agar mampu bersaing pada pasar nasional.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi yang semakin hari semakin maju tersebut membuat maraknya sistem penjualan dan pembelian jasa maupun barang menggunakan media online, salah satunya adalah dalam sector perbankan yang juga tak ingin luput dari perkembangan tersebut. Hal tersebut menjadikan banyaknya penjual yang berlomba-lomba untuk mengubah sistem penjualan mereka agar dapat dijangkau lebih luas oleh pembeli.

Banyaknya aplikasi-aplikasi yang beredar dimasa sekarang dapat mempermudah transaksi dalam pembelian atau penjualan e-commerce. Hal tersebut tak memungkiri banyaknya masyarakat yang ikut andil dalam pembelian dan penjualan e-commerce tersebut salah satunya adalah mahasiswa UINSU. Dengan banyaknya pengguna e-commerce Bank Syariah Indonesia juga tak ingin mengalami ketertinggalan pada kemajuan teknologi tersebut. Maka BSI membuat aplikasi yang dapat digunakan untuk mempermudah transaksi yang akan dilakukan oleh nasabah. Dengan dibuatnya BSI mobile, yang terdapat fitur yang dapat diakses oleh siapapun dimanapun dan kapanpun nasabah membutuhkannya.

Dengan munculnya BSI mobile yang dibentuk dari Bank Syariah Indonesia yang berlandaskan Syariah, BSI hadir dikalangan masyarakat muslim maupun non muslim. dengan kampus yang berisikan mahasiswa yang beragama muslim, yang dapat dijadikan tempat yang strategis untuk mengembangkan pengguna BSI. Peneliti mengambil sampel mahasiswa UINSU untuk meneliti minat mahasiswa untuk menggunakan BSI dalam pembayaran e-commerce dan mengetahui apa saja alasan dan kendala mahasiswa urung menggunakan BSI mobile dalam pembayaran ecommerce mereka.

KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan dari diri seseorang kepada suatu objek, orang, masalah ataupun situasi yang menjadikan hal tersebut menarik perhatian dari diri seseorang. Yang maksudnya adalah minat merupakan suatu hal yang dilakukan dengan sadar. Oleh sebab itu, minat ialah suatu aspek psikologi seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada suatu kegiatan yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu. Maka apabila seorang mengekspresikan minatnya dalam suatu kegiatan akan menjadi kuat, begitupun sebaliknya, apabila minat itu tidak dilakukan maka akan menjadi lemah. Untuk itu minat menjadi penyebab terjadinya kegiatan yang memperoleh suatu hasil.

Secara umum, pengertian minat ini merupakan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat ini merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seorang pada objek tertentu. Contohnya seperti minat terhadap pelajaran olahraga dan juga hobi. Minat memiliki sifat pribadi (individual). Artinya, tiap-tiap orang memiliki minat yang dapat saja berbeda dengan minat orang lain. Minat tersebut berhubungan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari dan juga dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, serta juga mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir.

Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, social, emosi dan juga pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan juga bersikap positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa minat bukanlah sesuatu yang statis atau juga berhenti, akan tetapi dinamis dan juga mengalami pasang surut. Minat tersebut juga bukan bawaan lahir, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Artinya sesuatu yang sebelumnya tidak diminati, itu dapat berubah menjadi sesuatu yang diminati karena adanya masukan-masukan tertentu atau juga wawasan baru serta juga pola pemikiran yang baru.

Secara sederhana, minat (interest) yaitu kecenderungan dan keairahan yang tinggi atau minat yang besar terhadap sesuatu. Minat secara umum dapat dikatakan sebagai rasa tertarik yang dituju oleh individu kepada suatu objek, baik benda hidup maupun tidak.

Minat merupakan kecenderungan secara sadar seseorang tidak muncul begitu saja, minat terbentuk melalui pertumbuhan, kematangan berfikir, proses belajar dan pengalaman. Minat dapat berubah sesuai dengan fase perkembangan dan pertumbuhan seseorang. (Fitria, dan Yani, Volume I No. II : 2015)

Minat berkaitan dengan sikap dan pengguna. Minat merupakan keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut Jogiyanto untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi, dapat diketahui menggunakan konsep model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model atau TAM), yaitu merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh model TRA (Theory of Reasoned Action). Teori tersebut menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Jika sistem tersebut terasa mudah dan berguna untuk dirinya, maka minat pada pemakai akan meningkat. Oleh karena itu apabila semakin tinggi teknologi informasi yang dimiliki maka tingkat minat nasabah dalam menggunakan BSI mobile akan meningkat.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

1. Faktor Sosial

Berikut yang dapat mempengaruhi minat dalam faktor social ialah: keluarga, masyarakat, kondisi sekolah serta teman sebaya.

a. Keluarga

Situasi dalam keluarga sangat mempengaruhi keberhasilan anal dalam keluarga.

b. Masyarakat

Seperti lingkungan masyarakat perindustrian, pertanian, atau lingkungan perdagangan. Lingkungan seperti itu akan mempengaruhi pola pikir anak yang nantinya akan berpengaruh dalam pendidikan dan karir serta minat anak.

c. Kondisi Sekolah

Merupakan lingkungan langsung yang mempengaruhi minat, kehidupan pendidikan dan karir anak. Pendidikan dan mutu sekolah sangat mempengaruhi pada pembentukan sikap dan perilaku dan juga pola pikir anak.

d. Lingkungan Kehidupan Teman Sebaya

Pergaulan dan teman sebaya memberikan pengaruh kepada masing-masing anak remaja. Lingkungan ini memberikan peluang bagi remaja untuk menjadi lebih matang.

2. Faktor Pribadi

Faktor pribadi juga mempengaruhi karakteristik seseorang yang meliputi daya tarik. Perubahan fisik, pembentukan diri, serta konsep diri. (Djali, 2012 : 65)

a. Daya Tarik

Orang yang memiliki lebih banyak daya tarik biasanya lebih diinginkan oleh lingkungan sekitar, dan hal itu sangat menguntungkan bagi dirinya sendiri.

b. Perubahan Sikap

Perubahan kepribadian dapat disebabkan oleh kematangan dan pola pikir seseorang yang mengarah pada kebaikan kepribadian. Dan perubahan sikap yang mengarah pada klimakterium saat meningkatnya usia maka hal tersebut disebut dengan kemunduran kearah yang lebih buruk.

c. Pengaruh Budaya

Anak akan mengalami tekanan dikarenakan masunya budaya baru yang dapat mengembangkan pola pikir dan kepribadian sesuai standar budaya yang ada dilingkungannya.

d. Konsep Diri

Perilaku dan pandangan seseorang pada dirinya sendiri dapat mempengaruhi juga pandangan orang lain pada dirinya. Konsep diri disini yaitu bayangan seseorang tentang dirinya sendiri pada saat ini.

2.2 BSI Mobile

Di era digital ini merupakan masa dimana masyarakat dapat memanfaatkan teknologi yang selalu terkoneksi internet dengan baik. Di era ini internet sebuah kelumrahan, bahkan menjadikan internet seakan-akan bagian dari kebutuhan primer. Sebagian aktivitas yang dilakukan masyarakat mulai dari mengawali hari sampai bertemu waktu istirahat terhubung dengan internet. Internet juga banyak memudahkan pengguna seperti mencari informasi, berkomunikasi, berbisnis bahkan melakukan transaksi. Sebagai salah satu dari segmen *fintech* (*Financial Technology*) E-Banking tumbuh di pasar Indonesia. Dengan E-Banking konsumen dapat melakukan transaksi seperti transfer uang, isi pulsa, pembayaran tagihan dan lainnya yang dapat dilakukan dengan lebih mudah dimanapun dan kapanpun. Seiring meningkatnya populasi dan pengguna internet di Indonesia hal tersebut juga berimbas pada peningkatan kegiatan transaksi Fitech di Indonesia.

BSI mobile merupakan salah satu dari banyaknya E-Banking yang tersebar di Indonesia. Seperti halnya E-Banking lainnya BSI mobile juga berguna untuk memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi seperti pengecekan saldo, transfer, pembaruan uang kuliah, pembelian pulsa, pembayaran tagihan E-commerce dan lain sebagainya. BSI mobile 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 BSI merupakan fasilitas untuk nasabah bank untuk melakukan aktifitas perbankan secara leluasa. Semenjak pertama kali peluncuran aplikasi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun BSI mobile masih mengoptimalkan penggunaan dan terus berusaha mengembangkan teknologinya, dan memberikan kemudahan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi dan transaksi melalui aplikasi BSI mobile dan tetap menjaga privasi dan keamanan data pengguna Mobile Banking.

Menurut laporan MEF, sarana mobile banking di Indonesia dinyatakan sudah digunakan sebanyak 80% responden. Pada tahun 2013 jumlah responden masih mencapai 58%. Dan biasanya mereka menggunakan mobile Banking hanya untuk mengecek saldo dan transfer dana ke pihak lain.

Dalam industri keuangan digital terutama pada E-Banking, kualitas layanan dinamakan *E-Service Quality*. Perasuraman dan Malhotra dalam Perwira (2016) menjabarkan kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) merupakan pelayanan berbasis elektronik yang dipakai untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan

berbelanja, pembelian maupun pengiriman produk ataupun jasa secara efektif dan efisien.

Fasilitas e-banking tidak selamanya berpengaruh positif terhadap minat dan loyalitas nasabah. Nanda (2020) menyatakan pada penelitiannya bahwa variable kemanfaatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah mobile banking BNI, sedangkan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pada nasabah mobile banking BNI, namun kemanfaatan dan kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan pada nasabah mobile banking BNI. Hasandoust et al (2017) pada jurnalnya menemukan bahwa fasilitas e-banking tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.3 Pengertian E-Commerce

E-commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang menggunakan media internet. E-commerce merupakan suatu istilah yang digunakan maupun didengar yang berhubungan dengan internet, yang maksudnya, hampir seluruh kalangan mengerti dan paham jelas dengan maksud E-commerce itu sendiri.

Dari beberapa konsep bisnis dan pemanfaatan teknologi yang telah berkembang pesat saat ini, e-bussines menjadi sorotan yang termasuk masih baru dan akan terus berkembang seiring waktu. E-commerce memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama pada proses penyempurnaan marketing perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Memiliki daya tarik yang kuat menjadikan banyaknya organisasi dan masyarakat yang berkecimpung dalam E-commerce, namun meskipun begitu masih banyak kalangan masyarakat yang belum terbiasa menggunakan situs E-commerce karena kurangnya pengetahuan tentang pemakaian ponsel, terutama dikalangan orang tua.

Menurut para ahli, berikut dipaparkan pengertian dari e-commerce:

- a. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce merupakan seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui e-commerce dalam pertukaran barang, jasa dan informasi secara elektronik. (David Baum, 1999)
- b. E-commerce adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi bussines-to-bussiness dengan perantara komputer, yakni menggunakan jaringan computer. (Laudon)

Dampak Positif dan Negatif dalam E-commerce

Dampak Positif:

1. Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang lebih menjanjikan dan juga tidak dapat ditemui di dalam sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan pangsa pasar (market exposure).
3. Meringankan biaya operasional (operating cost).

4. Jangkauan yang luas (global reach).
5. Meningkatkan customer loyalty.
6. Meningkatkan supplier management.
7. Waktu produksi yang singkat
8. Meningkatkan mata rantai pendapatan (value chain)

Dampak negative:

1. Kecurangan yang mengakibatkan kehilangan finansial secara langsung.
2. Pencurian data atau informasi seseorang untuk digunakan sebagai kepentingan pribadi oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.
3. Hilangnya kepercayaan dalam berbisnis akibat dari pelayanan.
4. Penggunaan akses oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab demi keuntungan pribadi.
5. Kerugian yang tidak terduga. Dikarenakan gangguan yang dilakukan dengan sengaja ataupun tidak, ketidakjujuran, praktek bisnis yang salah, kesalahan faktor manusia ataupun sistem.

Keuntungan dan Kerugian dalam E-commerce

1. Keuntungan
 - a. Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan, lebih responsive, mengurangi penggunaan kertas, dan biaya yang berhubungan dengannya, seperti biaya pos surat, pencetakan report, dan sebagainya yang dapat meningkatkan pengeluaran.
 - b. Bagi Konsumen, efektif aman secara fisik dan fleksibel.
 - c. Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, sebagai solusi para pekerja karena terbukanya peluang bekerja lebih besar dan baru, meningkatkan kualitas SDM.
2. Kerugian
 - a. Menjadikan masyarakat yang bersifat individualisme, dikarenakan seluruh transaksi dapat dilakukan tanpa bertemu siapapun.
 - b. Menimbulkan kekecewaan, karena apa yang ada di layar monitor tidak sesuai dengan apa yang nantinya dilihat secara langsung.

Jenis-Jenis E-commerce:

1. E-commerce Business to Business (B2B)
Jenis ini merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis.
2. E-commerce Business to Consumer (B2C)
Jenis ini dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi ini terjadi layaknya seperti jual-beli pada umumnya.
3. E-commerce Consumer to Consumer (C2C)

Jenis ini merupakan transaksi yang dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Contohnya pada aplikasi Tokopedia, Bukalapak, OLX, Shopee dan lainnya.

4. E-commerce Consumer to Business (C2B)

Maka jenis ini kebalikan dari Consumer to Consumer yang mana konsumen bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

5. Media atau Aplikasi E-commerce

Transaksi bisnis ini bergantung pada beberapa aplikasi dan media phone lainnya, misalnya katalog, email, shopping cart, eb service, EDI dan file transfer protocol. Dan jenis ini melibatkan kegiatan Business to Business.

Contoh beberapa E-commerce di Indonesia:

1. Jual Beli di Marketplace.

Seperti hal biasanya kita temui saat ini, sudah banyak penggunaan situs belanja online yang terkenal seperti; Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Blibli, Traveloka, Kaskus, dan lain sebagainya.

2. Internet Banking dan SMS Banking.

3. TV Kabel dan Internet Provider.

Perlindungan Penjual dan Pembeli Dalam E-commerce

1. Perlindungan Pembeli:

- mencari merek dan situs terpercaya seperti Wal-Mart, Amazon.com
- carilah alamat dan nomor perusahaan apabila belum memiliki situs khusus dan lakukan panggilan Tanya jawab dengan para karyawan.
- Periksalah penjual dari kamar dagang setempat atau Better Business Bureau (bbbonline.org). carilah segel autentifikasi seperti TRUSTe.
- Selidiki seberapa amannya situs penjual dengan mempelajari prosedur keamanan dan dengan membaca kebijakan privacy yang dimasukkan.
- Pealajari jaminan uang kembali, garansi perusahaan serta perjanjian perbaikan.
- Bandingkan harga dengan toko lainnya, karna apabila adanya permainan harga yang terlalu murah, mungkin melibatkan beberapa “jebakan”.
- Bertanyalah pada teman yang banyak mengetahui situs tersebut dan carilah kesaksian dan pengesahan dalam situs komunitas serta papan bulletin terkenal.
- Carilah apa saja yang menjadi hak anda apabila terjadi masalah dan konsultasi dengan lembaga perlindungan konsumen dan Natonal Fraud Information Center (fraud.org).

- Periksalah consumerworld.org untuk daftar dumber yang dapat bermanfaat.
2. Perlindungan Penjual:
- Tidak hanya pembeli, maka penjualpun membutuhkan perlindungan. Mereka harus dilindungi dari para pelanggan yang menolak membayar atau membayar dengan cek kosong atau dengan pelanggan yang mengklaim bahwa barang tidak sampai ditangan pembeli. Penjual juga mendapat perlindungan dari oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dengan menggunakan nama mereka. Fitur-fitur seperti autentikasi, nonrepudasi, dan layanan refreshing, ketemu teman, keluarga dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2011) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan tri-anggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana peneliti mewawancari mahasiswa UINSU. karena peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui dan mengamati langsung fenomena yang terjadi yaitu tentang tingkat kepuasan nasabah mahasiswa UINSU dalam menggunakan BSI mobile di Bank Syariah Indonesia agar mendapatkan bukti dan hasil yang tepat. Sampel penelitian didapat dari nasabah mahasiswa UINSU. Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari mahasiswa dan mengamati perilaku responden. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat instrument kunci dan juga menghasilkan data yang tertulis atau lisan. Dengan begitu peneliti sebagai narasumber secara langsung di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara melakukan wawancara kepada pihak perusahaan sehingga dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian berdasarkan wawancara pada beberapa mahasiswa UINSU yang diambil dari setiap fakultas sebagai responden. Wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang sudah peneliti siapkan kepada responden.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 16 orang mahasiswa UNISU yang mewakili setiap fakultas yang ada di UINSU menjadi sampel penelitian. 7 orang dari 15 tersebut menggunakan BSI mobile dan sisanya

tidak menggunakan. Yang artinya sebanyak 46,67% mahasiswa menggunakan aplikasi BSI mobile, namun dapat dikatakan bahwa mereka hanya melakukan penginstalan aplikasi saja tanpa menggunakan pelayanan aplikasi tersebut. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam penggunaan aplikasi tersebut dan kurangnya minat penggunaan aplikasi tersebut. Dan sebanyak 53,33% dari mahasiswa UINSU tidak menggunakan aplikasi tersebut karena sudah lebih dahulu menggunakan aplikasi lainnya seperti Dana, Shopeepay, Gopay, OVO dan pelayanan sistem COD dalam pembayaran e-commerce.

Kurangnya minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi tersebut dalam pembayaran e-commerce dikarenakan banyaknya mahasiswa lebih memilih sistem COD dalam pembelian atau penggunaan transaksi online yang mereka lakukan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Kasti Wijayanti selaku nasabah pengguna BSI Mobile yaitu: “Aplikasinya sudah sangat bagus, apalagi aplikasi ini merupakan bank yang berbasis Syariah, namun saya kurang mengerti dalam penggunaan aplikasi tersebut, apalagi pemakaian pertama, aktivasinya sangat susah. Saya juga kurang paham gimana penggunaannya, jadi aplikasinya tidak terpakai.” Kurangnya pemahaman cara penggunaan aplikasi dari BSI mobile juga menjadi titik utama pada mahasiswa enggan dan kurang berminat menggunakan aplikasi BSI mobile dalam menggunakan pembayaran e-commerce.

Banyaknya aplikasi dan metode-metode lain yang dapat digunakan dalam pembayaran e-commerce menjadikan aplikasi tersebut kalah dalam bersaing, seperti halnya yang dikatakan Fachrurrozi “Dari pada menggunakan aplikasi lagi yang baru saya lebih terbiasa menggunakan sistem COD dalam pembayaran e-commerce saya. Kalaupun tidak bisa, saya melakukan pembayaran lewat alfamart terdekat”. Seperti yang telah dikatakan mahasiswa tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa penggunaan aplikasi BSI mobile yang terbilang masih baru menjadikan aplikasi tersebut tidak banyak diminati.

Tidak hanya mahasiswa yang menggunakan metode alternatif lain, banyak juga mahasiswa yang hanya menggunakan rekening saja namun tidak menggunakan aplikasinya, seperti yang di katakana oleh Putra Mandala “Kalau rekeningnya saya ada, tapi kalau aplikasinya saya belum berminat menggunakan. Karna saya sudah menggunakan aplikasi dari bank lain.” Karna tergolong bank yang masih baru, banyak juga mahasiswa yang hanya menggunakan rekening saja. Karna sudah lebih dulu menggunakan bank lain yang lebih dulu terbit.

Banyaknya nasabah yang lebih menggunakan sistem COD dalam pembayaran e-commerce menjadikan sistem tersebut lebih unggul dikarenakan transaksi lebih mudah dan pembeli masih memiliki banyak waktu untuk mengumpulkan uang untuk pembayaran ketika produk sampai. Seperti halnya dikatakan oleh Uning Dahlia selaku narasumber, yaitu: “Aku udah terbiasa make sistem COD cin, mudah juga, gak ribet. Terus selagi nunggu paket datang aku masih sempat ngumpulin uangnya dulu. Palingan kalo emang gak bisa sistem COD aku ngisi saldo lewat alfamidi.” Dari pemaparan narasumber dapat dikatakan bahwa sistem COD lebih unggul dari sistem pembayaran lainnya, salah satunya sistem pembayaran melalui BSI mobile.

Namun tak hanya itu ada juga mahasiswa yang paham dan fasih menggunakan aplikasi tersebut seperti yang dikatakan oleh Friska Putri “Saya sangat beruntung dan senang menggunakan rekening dan aplikasi BSI, tidak hanya fitur-fitur yang banyak dan tidak terbatas dalam transaksi perbankan, BSI juga tidak memiliki potongan dalam penyimpanan uang, jadi berapapun uang saya di rekening tidak akan berkurang. Jadi sangat cocok digunakan untuk menabung. Bukan hanya itu saja, apalagi pada saat pandemic kemarin saya menggunakan aplikasi tersebut dalam pembayaran setiap transaksi e-commerce saya, jadi saya tidak perlu keluar rumah. Saya juga menggunakan aplikasi tersebut dalam pembayaran uang kuliah. Meskipun terkadang saya menggunakan shopee-pay dalam pembayaran e-commerce, namun dalam pengisian ulang dana shopee-pay saya menggunakan aplikasi BSI mobile.” Dapat juga dilihat bahwa beberapa mahasiswa puas dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Meskipun dari banyaknya orang-orang dan mahasiswa yang menggunakan aplikasi-aplikasi dan mengikuti perkembangan teknologi dalam sektor perbankan dan perdagangan, namun masih ada juga mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut bahkan lebih memilih cara tradisional, hal tersebut karena kurangnya kepercayaan yang didapat dalam pembelian online tersebut. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ananda Dwi Cahaya “Saya tidak menggunakan aplikasi e-commerce apapun, walaupun saya menggunakan rekening, saya tidak menggunakan aplikasi dari bank itu, saya tidak memiliki rekening bank apapun, lagian saya belum memerlukannya. Untuk aplikasi belanja online ataupun aplikasi e-commerce lainnya saya tidak menggunakan. Saya lebih memilih belanja ke pasar langsung dari pada membeli online, karna saya takut kecewa apabila apa yang saya inginkan tidak sesuai dengan barang yang sampai nantinya. Jadi saya tidak menggunakan aplikasi e-commerce. Untuk pembayaran-pembayaran yang dilakukan saya langsung ke alfamart terdekat, ataupun ke kantor cabang bank yang terdekat.”

“Saya kurang paham penggunaan aplikasi tersebut, udah ada aplikasinya tapi ketika saya ingin menggunakan akun saya tidak bisa digunakan” seperti yang sudah dikatakan oleh Kasti Wijayanti, ini merupakan kasus yang sama. Kurangnya pemahaman dalam menggunakan aplikasi tersebut jadi aplikasi tersebut tidak diunakan.

“Saya sudah menggunakan M-Banking BRI, jadi saya tidak menggunakan aplikasi lain buat transaksi, lagian saya tidak terlalu membutuhkannya. Transfer aja saya jarang. Uang saku sekolah atau kuliah saya diberi Tunai oleh orang tua saya. Jadi kalau mau nambah aplikasi buat apa? Toh saya belum kerja kan, masih minta uang orang tua.” Jelas Nurleli. Sebagaimana diketahui bahwa mahasiswa uinsu juga tidak sepenuhnya menggunakan rekening bank, terlebih dia tinggal bersama orang tua.

Tak hanya mudah digunakan dan dapat dilakukan dimana saja, aplikasi BSI mobile juga dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM, seperti yang dikatakan oleh Hijri Sarina Putri “Saya juga terkadang lupa bawa ATM, nah untungnya dari aplikasi tersebut ada fitur yang dapat digunakan tarik tunai tanpa kartu ATM. Dari fitur tersebut kita dapat memilih kita ingin tarik tunai melalui

alfamart terdekat, namun dengan resiko pemotongan admin yang cukup besar. Namun kalau sedang terdesak hal tersebut masih bisa di toleransi”

Banyak juga mahasiswa yang tidak tertarik menggunakan aplikasi tersebut karna tidak melakukan transaksi perbankan ataupun transaksi e-commerce seperti yang dikatakan oleh Budi Harianto “Saya tidak tertarik, saya tidak pernah menggunakan aplikasi perbankan. Saya hanya menggunakan ATM saja. Untuk e-commerce saya juga jarang melakukan pembelian atau pembayaran e-commerce.”

Banyak sisi positif yang didapat oleh nasabah pengguna BSI, seperti yang dikatakan oleh Hijri Sarina Putri “Banyak banget yang saya dapat setelah menggunakan aplikasi ini, mempermudah pembayaran e-commerce saya, top-up wallet, terus saya juga suka ada jadwal sholatnya, terus setiap saya mau masuk ke aplikasi tersebut keamanannya kuat karna menggunakan 2 keamanan, satu sandi dan pin juga. Tidak hanya itu, sehabis kita transfer ke orang lain, kita bisa menambahkan nomor rekening itu menjadi pavorit, jadi saya tidak perlu mengetik nomor rekening yang sama secara manual lagi, karna udah tersimpan”

Untuk kendala-kendala dalam penggunaan aplikasi tersebut nasabah mengatakan hanya pada penggunaan internet. Sebagaimana dikatakan oleh Friska Putri “ untuk kendala, saya rasa saya belum menggunakannya. Sangat banyak dampak positif yang saya terima dari menggunakan aplikasi tersebut salah satunya adalah menghemat waktu. Saya rasa kalau kendala saya hanya mendapatkan satu kendala yaitu aplikasi tersebut tidak dapat diakses apabila tidak ada jaringan internet. Jadi kalau saya tidak ada kuota dan jaringan internet, saya tidak dapat menggunakan aplikasi tersebut.”

Namun terlepas dari banyaknya mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi tersebut, ada juga beberapa mahasiswa yang puas dengan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut, seperti pengingat waktu azan, sedekah setelah melakukan transaksi bank seperti penarikan dan transfer uang dan lainnya. Dan juga keamanan yang cukup kuat demi melindungi aplikasi tersebut, seperti mengharuskan memasukkan sandi aplikasi dan pin.

Timbulnya aplikasi-aplikasi yang mendukung transaksi perbankan seperti Sea Bank, Dana, OVO, Qris, dan lainnya yang lebih mudah digunakan dan tentunya dengan tidak ada biaya yang dikenakan menjadikan aplikasi tersebut lebih unggul dari pada aplikasi BSI mobile.

Kurangnya minat pengguna BSI juga dapat dikarenakan mahasiswa sudah lebih dulu menggunakan aplikasi dari bank lain yang lebih dahulu ada sebelum BSI mobile. Dan juga masih minimnya penggunaan bank pada mahasiswa, tak sedikit juga mahasiswa yang belum memiliki rekening, karna masih tinggal bersama orang tua dan mendapatkan saku berbentuk tunai.

Tak hanya transaksi perbankan lainnya, BSI mobile juga memiliki fitur-fitur layanan islami seperti Juz Amma, Asmaul Husna, Kalkulator Qurban dan lainnya. Layanan dagai emas dan cicilan emas. Layanan berbagi seperti Zakat, Infaq, Wakaf, BAZNAS, Fidyah dan lainnya. Dengan layanan-layanan tersebut dapat memudahkan transaksi perbankan yang seharusnya dilakukan secara offline, namun dapat dilakukan dengan secara online.

Namun seperti mananya manusia yang berhak memilih apa yang menjadi pilihannya, maka tak semua orang mampu dan mau menggunakan aplikasi tersebut. Seperti halnya mahasiswa UINSU yang masih terbilang sedikit menggunakan aplikasi tersebut.

Maka dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa UINSU dalam pemakaian BSI mobile pada pembayaran E-commerce masih kurang baik. Dilihat dari sedikitnya penggunaan aplikasi BSI mobile tersebut dan juga banyak alasan lainnya yang menjadikan aplikasi tersebut masih kurang diketahui oleh masyarakat.

Banyaknya nasabah yang lebih menggunakan sistem COD dan lainnya dalam pembayaran e-commerce menjadikan sistem tersebut lebih unggul dikarenakan transaksi lebih mudah dan pembeli masih memiliki banyak waktu untuk mengumpulkan uang untuk pembayaran ketika produk sampai. Hal tersebut menjadikan sistem COD lebih unggul dari sistem pembayaran lainnya, salah satunya sistem pembayaran melalui BSI mobile.

Maka dari hal itu, agar dapat mengembangkan minat mahasiswa dalam menggunakan BSI mobile, maka perusahaan Bank Syariah Indonesia juga harus lebih memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia dan juga memperkenalkan aplikasi tersebut serta cara penggunaannya. Hal tersebut agar mahasiswa memilih menggunakan BSI mobile untuk segala transaksi yang dilakukannya.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada analisis minat nasabah pada penggunaan aplikasi BSI mobile dalam pembayaran E-commerce, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhatian nasabah terhadap layanan BSI mobile, mereka banyak yang antusias namun tidak sedikit dari mereka yang acuh terhadap layanan syariah tersebut karena merasa tidak membutuhkan layanan tersebut. dan nasabah yang antusias hanyalah nasabah yang benar-benar paham dan ingin mengetahui tentang layanan BSI mobile tersebut.
2. Minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile untuk pembayaran E-commerce masih kurang maksimal, dikarenakan banyaknya nasabah mahasiswa yang lebih memilih platform lain. Dan kurangnya pengetahuan cara mengaplikasikan BSI mobile.
3. Minat penggunaan aplikasi BSI mobile pada mahasiswa UINSU dalam pembayaran E-commerce sangat sedikit, mereka lebih tertarik dan terbiasa menggunakan mobile banking yang lain, meskipun BSI mobile merupakan sarana layanan Bank Syariah Indonesia yang notabenehnya menggunakan syariat-syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Drs. Ismail, MBA., Ak. *Perbankan Syariah*. 2011. Jakarta: Indonesia. PRENADAMEDIA GRUP.

Aco, Ambo. 2022. “*Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*”. *Insypro* (vol. 2 No. 1 (2017)).

Risky Kawasati, Iryana. *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*. Artikel jurnal.

Chairi, A. (2009). *Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif*. Discussion Paper.

Yoga Pranantha, Elsandro. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman*. Diakses 26 Agustus 2021. Universitas Islam Indonesia.

Sasongko, Agung. *Integrasi Data Website*. 2, No. 2, pp. *Students.bsi.ac.id Untuk Mobile Info Kamps Berbasis Android Menggunakan Ekstraksi HTML*. *Jitk*, vol 146-155, Feb. 2017. (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer).

Fahrezi, Arbi dan Mahir Pradana. *Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Loyalty Pada Aplikasi E-banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile melalui E-customer Statisfaction Sebagai Variabel Intervening*, vol 8, No.6 (2021). *eProceedings of Management*.

Manajemen). Nasution, Halimah dan Mhd. Dani Habra. 2022. *Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Kampung Baru*. 2022. (Jurnal Penelitian Ekonomi

Santi Hasibuan, Endang. 2022. *Analisis Kepatuhan Syariah Pada Produk Tabungan Di Bank Syariah Indonesia KCP Sibuhuan*. Jurnal Jipsya. 2022.

<http://repository.uir.ac.id/3344/5/bab2.pdf>

<https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>

