

SKRIPSI
APLIKASI MOBILE BANKING BANK ACEH SYARIAH
(ACTION)
STUDI PERSEPSI PADA GENERASI MILENIAL



Disusun Oleh:

ZIKRILLAH IRWANDA
NIM. 180603024

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M /1443 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zikrillah Irwanda
NIM : 180603024
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Juli 2022

Yang Menyatakan,




Zikrillah Irwanda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial

Disusun Oleh:

Zikrillah Irwanda
NIM. 180603024

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program
Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II,



Riza Athia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita S.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action)
Studi Persepsi Pada Generasi Milenial**

Zikrillah Irwanda
NIM. 180603024

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Sidang Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu 20 Juli 2022 M
14 Dzulhijah 1443 H

Banda Aceh,
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

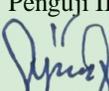
Sekretaris,


Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Penguji I,


Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Penguji II,


Muhammad Syauqi Bin-Armia, MBA
NIP. 199103062022031001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Farid, M. Ag
NIP. 196403141992031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Zikrillah Irwanda

NIM : 180603024

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

E-mail : 180603024@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tu Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 20 Juli 2022

Mengetahui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Zikrillah Irwanda
NIM. 180603024

Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

Riza Anlia S.H., M.Sc
NIP. 198801302018031001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syraiah (Action) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial*". Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag dan Ayumiati, S.E., M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium, serta dan dosen staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Muhammad Arifin, Ph. D selaku Pembimbing I dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku Pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta telah membantu memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Penasehat Akademik (PA) Riza Aulia, S.E.I, M.Sc serta seluruh dosen-dosen dan para staf yang mengajar pada Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.
6. Orang tua tercinta, Bapak Alm. Irwan serta ibu Rosmida, S.Pd. Terimakasih untuk ayah dan mamak atas segala doa, cinta kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, motivasi, semangat, dukungan dan senantiasa berada disisi penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan program Studi Perbankan Syariah.
7. Kepada Irzatul Fira yang telah memberi dukungan, doa, semangat, dan bantuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

8. Rija Arsy, Shahibul Izzar, M. Bhalisal Safada, M. Faris Ardian, Irzatul Fira, Abrar Al-Muzaffar, dan Ari Munadar S.E yang selalu ada dikala susah dan senang, yang selalu memberikan motivasi dan semangat hingga saat ini. Penulis sangat bersyukur kepada Allah SWT karena telah dipertemukan dengan orang-orang baik seperti kalian.
9. Ichwanul Muslim, Miftahuddin, Azfa Azkia Ulhaq, Aulia Rahman, Arif Fadhilah, M. Nauval Yoga, Qaidan Navy, Dinda Ananta, Siti Rehan, Mutiara Islamia, Wardatul Jannati, Tasya Alifah, dan Nadia Sadini selaku teman penulis. Terimakasih atas berbagai pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis, terimakasih atas segala semangat, dukungan, dan motivasi yang tiada henti kepada penulis.
10. Kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2018 yang sangat sering membantu dalam banyak hal, terimakasih atas segalanya. Semoga kesuksesan segera menghampiri kita.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin. *Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...*

Banda Aceh, 20 Juli 2022
Penulis,

Zikrillah Irwanda

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	س	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ډ	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauला : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Zikrillah Irwanda
NIM : 180603024
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul : Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah
(Action) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial
Jumlah Halaman : 60 Halaman
Pembimbing I : Muhammad Arifin, Ph. D
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Action. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 25 informan yang merupakan masyarakat dari Kota Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis data yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan hasil wawancara dari informan dokumentasi untuk melengkapi syarat ataupun ketentuan dalam menganalisa data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi baik lebih banyak dibandingkan dengan persepsi tidak baik, karena sebagian besar masyarakat terbantu dengan berbagai fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Action yang memudahkan masyarakat dalam transaksi sehari-hari.

Kata kunci: Persepsi Masyarakat, Kualitas Layanan, Mobile Banking, Generasi Milenial

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	6
1.3 Rumusan masalah.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	7
1.5 Manfaat penelitian.....	7
1.6 Sistematika pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Persepsi.....	10
2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	13
2.1. Aspek-aspek Dalam Persepsi.....	17
2.1.3 Unsur-unsur Persepsi.....	18
2.1.4 Objek Persepsi.....	19
2.2 Kualitas Pelayanan	20
2.2.1 Kualitas Layanan dalam Islam	21
2.2.2 Klasifikasi Pelayanan	22
2.2.3 Indikator Kualitas Layanan.....	23

2.3 Layanan Prima.....	26
2.3.1 Bentuk-bentuk Layanan Prima.....	27
2.3.2 Indikator Pelayanan Prima.....	28
2.3.3 Manfaat Layanan Prima	30
2.4 Generasi Millenial	31
2.4.1 Karakteristik Generasi Milenial	33
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Generasi Milenial.....	35
2.5 <i>Mobile Banking</i>	36
2.5.1 Indikator <i>Mobile Banking</i>	37
2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Mobile Banking</i>	40
2.6 Penelitian Terdahulu.....	42
2.7 Kerangka pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis dan Metode Penelitian	49
3.2 Lokasi Penelitian	50
3.3 Subjek Penelitian.....	50
3.4 Jenis dan Sumber Data	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum	58
4.1.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah	58
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah.....	63
4.2 Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah.....	63
4.3 Produk dan Layanan Bank Aceh Syariah.....	65
4.4 Hasil Penelitian.....	72
4.4.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan <i>Mobile Banking Action</i>	72
4.5 Pembahasan	75
4.5.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan <i>Mobile Banking Action</i>	75

BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
DAFTAR LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk di Kota Banda Aceh	54
Tabel 3.2 Daftar Informan.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1..... 47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	97
Lampiran 2	98
Lampiran 3	123
Lampiran 4	127



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai jenis aktivitas, termasuk teknologi di dalamnya. Pesatnya perkembangan teknologi informasi berdampak pada perubahan kebiasaan dan perilaku masyarakat. Salah satu contohnya adalah lahirnya aplikasi *mobile banking*.

Industri perbankan syariah di Indonesia semakin tumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara. Perkembangan bank syariah di Indonesia didasarkan pada undang-undang (UU) yang dikeluarkan pemerintah dan pedoman yang dikeluarkan oleh otoritas perbankan. Salah satu undang-undang yang mendasari awal perkembangan bank syariah adalah UU No. 21 Tahun 2008 tentang Bank Umum Syariah yang diterbitkan 16 Juli 2008. Undang-undang tersebut memberikan dasar hukum yang kuat untuk pengembangan sistem perbankan syariah dan mendorong pertumbuhan industri yang lebih cepat. Hingga saat ini, pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia telah didorong oleh otoritas perbankan, Otoritas Jasa Keuangan, menuju industri Perbankan Syariah yang sehat, berkelanjutan dan berkontribusi aktif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas. (Hani, 2017)

Pada era sekarang ini, perkembangan teknologi berkembang pesat, hampir semuanya berbasis digital. Artinya, menggunakan sistem yang canggih dan otomatis tanpa bantuan manusia. Dampak perkembangan teknologi digital juga berdampak pada pertumbuhan teknologi di industri perbankan. Perbankan saat ini berlomba-lomba menciptakan layanan perbankan digital dimana layanan tersebut dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya. *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk pengembangan dari digital banking (Admaja dan arimbi, 2018).

Mobile banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan sarana komunikasi bergerak, seperti *smartphone*, untuk memberikan kemampuan bagi *smartphone* untuk melakukan operasi perbankan. Hadirnya layanan *mobile banking* telah memungkinkan transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual menjadi lebih praktis. Artinya, kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan *smartphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti memeriksa saldo rekening dan mentransfer dana dan lainnya (Mubiyantoro dan Syaefullah, 2013).

Kehadiran *Mobile Banking* membuat aktivitas perbankan menjadi lebih praktis dan sederhana. Untuk transaksi perbankan, masyarakat dapat menggunakan *smartphone* dengan koneksi

internet dan aplikasi *mobile banking* yang sudah terunduh. Masyarakat perlu lega dengan hadirnya layanan ini karena tidak perlu ke bank untuk melakukan transaksi. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti pengecekan saldo, transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan, isi pulsa, dan lain lain. *Mobile banking* juga sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat baik itu di perdesaan maupun di perkotaan yang memiliki aktivitas yang padat (Prakosa dan Sumantika, 2019),

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan memenuhi segala keinginan pelanggan (Ruslan, 2003). Bank menawarkan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabahnya sebagai alternatif untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone* dan kualitas internet yang bagus. Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa harus datang ke bank atau datang ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai yang harus *face to face* dengan *teller* (Supriyono, 2011).

Menurut penelitian Dita Fransisca (2021) dengan judul ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP FITUR BRIS ONLINE PADA BSI KANTOR CABANG KEDIRI, berdasarkan hasil analisis data

tentang analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur BRIS Online pada BSI Kantor Cabang Kediri dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap fitur BRIS online, sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah baik, meskipun ada beberapa kendala dalam penggunaannya atau bahkan pada fitur-fiturnya namun nasabah tetap menggunakan layanan ini bahkan ada yang sudah bertahun-tahun menggunakannya karena memudahkan dalam bertransaksi, menghemat waktu, biaya transfer murah, dan juga cek saldo lebih mudah. Nasabah juga merasa senang dengan layanan BRIS online dan akan terus menggunakan layanan ini untuk bertransaksi karena menurut mereka layanan ini sangat mudah digunakan, menghemat waktu, dan memudahkan dalam bertransaksi. Sedangkan di Bank Aceh Syariah mereka juga mempunyai aplikasi *Mobile Banking* (Action), berdasarkan hasil wawancara beberapa anak muda mereka merasa puas dengan aplikasi Action karena bisa mempermudah akses untuk kegiatan transaksi dan ada juga yang berpendapat bahwa di beberapa wilayah pedesaan mereka masih susah mengakses *mobile banking* Bank Aceh karena terkendala masalah jaringan.

Aplikasi Action (Aceh Transaksi Online) adalah layanan *Mobile Banking* milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh Nasabah melalui *smartphone* untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Action juga termasuk lengkap seperti

informasi rekening, transfer dana, pembayaran via QRIS, dan beberapa fitur pembayaran dan pembelian lainnya.

Dari hasil wawancara salah satu karyawan Bank Aceh Capem Ulee Kareng mengatakan bahwa “Aplikasi *Mobile Banking* (Action) ini sangat membantu masyarakat karena segala aktivitas masyarakat dimudahkan dengan adanya aplikasi ini, kamipun sebagai karyawan Bank Aceh juga ikut senang dengan munculnya aplikasi Action karena dengan aplikasi ini juga memudahkan pekerjaan kami” ucap salah satu karyawan Bank Aceh.

Layanan *mobile banking* diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan (IF, 25 tahun) nasabah Bank Aceh Syariah Capem Darussalam menyatakan bahwa “saat mengakses layanan *mobile banking* dibutuhkan kualitas internet yang bagus karena jika koneksi internet kurang baik, maka layanan Action tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat melakukan transaksi”.

Dari hasil pengamatan peneliti secara langsung dilapangan bahwa generasi milenial banyak yang menggunakan *Mobile Banking* (Action) karena rata-rata dari anak muda sudah mengerti tentang *mobile banking* dan mayoritas nasabah Bank Aceh yang memiliki rentang umur berkisar 40 tahun keatas lebih memilih bertransaksi secara langsung, sedangkan yang memiliki rentang umur berkisar 40 tahun kebawah lebih memilih m-banking karena dapat mempermudah proses transaksi dan tidak memakan waktu yang lama.

Selain dari hasil persepsi tersebut, faktanya masyarakat juga lebih memilih untuk datang langsung ke bank untuk bertransaksi langsung dengan *teller*. Kondisi ini biasa terjadi pada bank-bank tertentu, dimana nasabah lebih suka berbondong-bondong ke bank dan *face to face* dengan *teller* (Adela, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dari hasil observasi awal, wawancara dan beberapa jurnal serta fakta dilapangan bahwa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“APLIKASI MOBILE BANKING BANK ACEH SYARIAH (ACTION) STUDI PERSEPSI PADA GENERASI MILENIAL”**.

1.2 Batasan Penelitian

Agar pembahasan dapat terarah pada tujuan dan mempercepat proses pengolahan data, maka perlu ditetapkan batasan-batasan penelitian yang akan dilakukan. Batasan masalah dalam penelitian ini terbatas karena hanya meneliti masyarakat kota Banda Aceh yang mempunyai usia kategori generasi milenial.

1.3 Rumusan masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana persepsi generasi milenial terhadap layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah (Action)?”

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja persepsi generasi milenial terhadap layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (Action).

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian, adalah:

1. Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai layanan *mobile banking* Action, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Bagi Praktis

a) Bagi Praktisi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan wawasan penulis tentang layanan *mobile banking*.

b) Bagi Para Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai layanan *mobile banking*, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

3. Bagi Kebijakan

Memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan layanan *mobile banking* yang baik dan efektif untuk diterapkan sesuai dengan kebijakan PT. Bank Aceh Syariah.

1.6 Sistematika pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini dan agar mudah dipahami, maka diperlukan sistematika penulisan yang sederhana sehingga tidak terjadi kesulitan dalam membaca maupun memahami isi dari penelitian ini maka penulis akan menyajikan sistematika pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan Bab ini adalah awal dari skripsi yang berisi beberapa inti pembahasan. Di dalamnya terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi dasar dari permasalahan penelitian ini, rumusan masalah adalah masalah-masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian merupakan bagaimana tujuan dan manfaat atas dilakukannya penelitian ini.

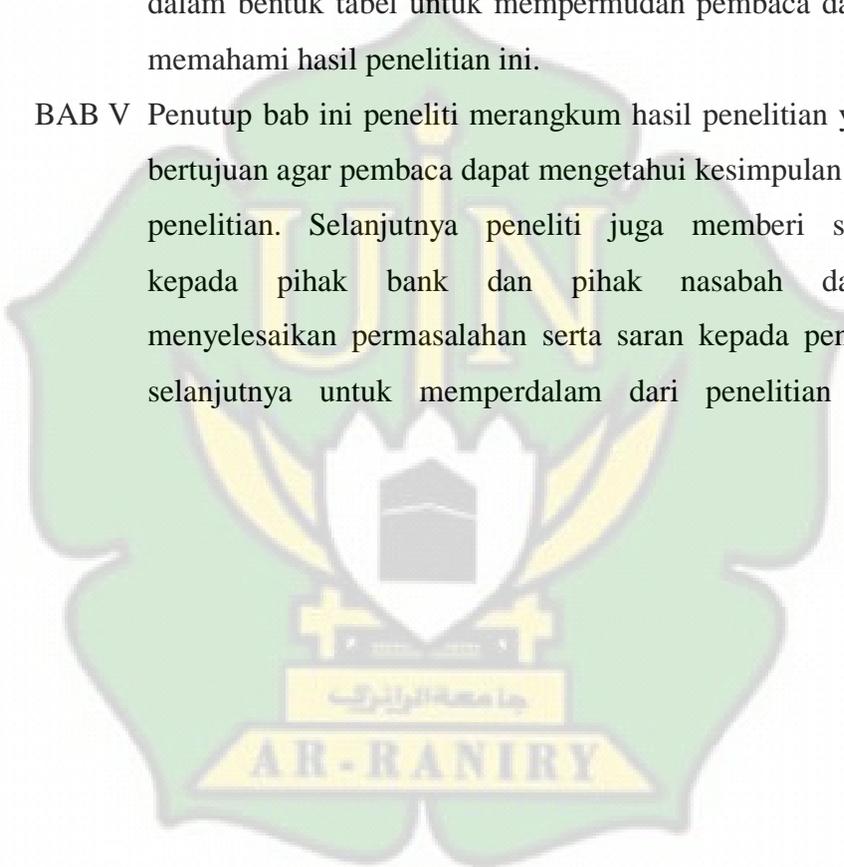
BAB II Landasan Teori Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan secara lebih detail. Bab ini juga mengurai hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III Metode Penelitian bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian. subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan

data, dan metode analisis data. Sehingga apa yang ingin dituju dari penelitian jelas di jawab.

BAB IV Hasil Penelitian bab ini memaparkan hasil penelitian di mana hasil akan dipaparkan dalam bentuk teks naratif dan dalam bentuk tabel untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian ini.

BAB V Penutup bab ini peneliti merangkum hasil penelitian yang bertujuan agar pembaca dapat mengetahui kesimpulan dari penelitian. Selanjutnya peneliti juga memberi saran kepada pihak bank dan pihak nasabah dalam menyelesaikan permasalahan serta saran kepada peneliti selanjutnya untuk memperdalam dari penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam Bahasa Inggris *perception* dan bahasa latinnya yaitu *perception*, yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi atau *perception* adalah pengalaman suatu objek, peristiwa, atau konteks yang diperoleh melalui penalaran dari informasi atau berita (Rakhmat, 2011: 50).

Dari sudut pandang Islam persepsi adalah proses manusia untuk memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk mencium, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman (Sarlito 2014:24).

Persepsi dalam bahasa Inggris adalah *perception* merupakan cara melihat terhadap sesuatu pemahaman hasil olahan daya pikir, merupakan persepsi yang berkaitan dengan faktor eksternal yang direspons melalui panca indera, daya ingatan, dan daya nafs (jiwa) (Daulay 2014: 151).

Persepsi adalah proses dimana seseorang dapat mengenali objek atau fakta objektif dengan menggunakan alat individu. Persepsi seseorang terhadap suatu objek tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik internal maupun eksternal (Zamroni, 2013).

Setiap orang memiliki persepsinya masing-masing tentang sesuatu yang dapat dipikirkan, ditinjau, dan dirasakan. Artinya

persepsi menentukan apa yang dilakukan seseorang untuk memenuhi semua kepentingan baik untuk pribadi, keluarga, maupun lingkungan dalam masyarakat tempat ia berinteraksi. Persepsi ini dapat membedakan seseorang dengan orang lain. Persepsi dihasilkan dari pemikiran, kemudian melahirkan konsep atau ide yang berbeda dari setiap orang meskipun objek yang dilihat adalah sama (Rahmadani, 2015).

Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi bisa bernilai negatif dan positif. Jika konsumen memiliki kesan positif terhadap produk perusahaan maka hal tersebut akan menimbulkan persepsi positif, dan sebaliknya (Kotler & Keller, 2016:228).

Persepsi adalah proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna (Kotler, 2017).

Persepsi adalah suatu proses yang dihasilkan dari sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan dan membangkitkan keadaan jiwa yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai reaksi yang berasal dari indera penerima kita seperti cahaya, warna, dan suara. (Setiadi 2013:91).

Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk menciptakan pandangan dunia yang bermakna. Seseorang dapat muncul dalam persepsi yang berbeda-beda dari objek yang sama melalui tiga proses persepsi, yaitu perhatian

selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif (Kotler dan Keller, 2012: 183-184).

Persepsi dapat berlangsung ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar dan dapat diterima oleh individu, yang dicerna oleh organ-organ individu lalu masuk ke dalam otak atau melalui indera yang disebut proses sensoris. Kemudian terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam suatu pemahaman (Walgito, 2010: 99).

Persepsi adalah proses mengenali sesuatu melalui panca indera. Persepsi memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi. Dengan kata lain, ketelitian dalam mempersepsikan simulasi indrawi yang mengarahkan kepada keberhasilan komunikasi. Disisi lain, kegagalan dalam melakukan persepsi, menyebabkan kurangnya komunikasi (Suranto, 2011).

Dari beberapa kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu persepsi adalah proses dimana kita bisa memilih dan menafsirkan serta menyimpulkan beberapa informasi dari lingkungan, sehingga kita bisa memperoleh pengetahuan dan juga pengalaman. Bisa juga dengan mengklasifikasikan beberapa informasi dan pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan sejumlah informasi yang bermanfaat bagi peneliti. Dan bisa juga dikatakan proses dimana seseorang memperoleh informasi dari lingkungan sekitar. Persepsi membantu peneliti dalam

menggambarkan dan menjelaskan apa yang dilakukan oleh individu lainnya.

2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Khusna (2016), ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi:

- a. Faktor Internal: Berupa emosi, sikap, dan kepribadian individu, asumsi, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, penyakit jiwa, nilai dan kebutuhan serta minat, dan motivasi.
- b. Faktor Eksternal: Latar belakang keluarga, informasi yang diterima, pengetahuan dan kebutuhan lingkungan, kekuatan, peniruan gerak, hal-hal baru dan familiar.

Menurut Notoatmodjo (2015: 56), ada beberapa beberapa faktor yang menjadi dorongan dalam persepsi. Faktor tersebut dapat dibedakan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang berhubungan dengan objek, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersiapkan dorongan tersebut.

1. Faktor Eksternal

a) Kontras

Cara termudah untuk menarik ketertarikan adalah dengan mengubah warna, ukuran, bentuk atau gerakan.

b) Perubahan Intensitas

Suara yang berubah dari suara lembut menjadi suara keras, atau cahaya yang berubah dengan intensitas tinggi akan menarik perhatian.

c) Pengulangan

Dengan pengulangan, walaupun pada awalnya stimulus tersebut tidak termasuk dalam rentang perhatian kita, maka akan mendapat perhatian kita.

d) Sesuatu yang Baru

Rangsangan baru akan lebih menarik perhatian kita lebih dari yang sudah kita ketahui.

e) Sesuatu yang Menjadi Perhatian Orang Banyak

stimulus yang mendapat perhatian banyak orang akan mendapat perhatian seseorang.

2. Faktor Internal

a) Pengalaman atau Pengetahuan

Pengalaman atau pengetahuan manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam menginterpretasikan informasi yang kita terima. Pengalaman masa lalu atau apa yang telah dipelajari akan menyebabkan interpretasi yang berbeda.

b) Minat

Keinginan untuk sesuatu atau minat pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

c) Harapan

Harapan tentang sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap stimulus.

d) Kebutuhan

Kebutuhan akan menyebabkan seseorang menginterpretasikan stimulus secara berbeda.

e) Motivasi

Motivasi akan mempengaruhi persepsi seseorang. Seseorang yang termotivasi memiliki dampak positif bagi individunya.

f) Emosi

Emosi seseorang akan mempengaruhi persepsi terhadap rangsangan yang ada. Misalnya, seseorang yang sedang jatuh cinta akan menganggap segala sesuatunya indah.

g) Budaya

Seseorang dengan latar belakang budaya yang sama akan menafsirkan orang-orang dalam kelompok secara berbeda, tetapi akan menganggap orang-orang diluar kelompoknya sama saja.

Menurut Rakhmat (2011:54) beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, sebagai berikut:

a) Faktor Fungsional

Faktor ini berasal kejadian masa lalu, kebutuhan, dan lain-lain yang termasuk sebagai faktor-faktor personal. Krech dan Crutchfield (1948) mengatakan bahwa

persepsi bersifat selektif. Artinya, objek yang menerima dorongan dalam persepsi biasanya objek yang mencapai tujuan individu yang akan melakukan persepsi.

b) Faktor Struktural

Faktor ini menentukan persepsi yang datang dari luar individu, seperti lingkungan, asas yang berlaku, budaya, dan nilai sosial yang mempersepsikan sesuatu.

Menurut Siagian (2012: 101-105), ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, sebagai berikut:

a) Pada diri orang yang bersangkutan.

Ketika seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan penjelasan tentang apa yang dilihatnya itu akan berpengaruh pada karakteristik individu seperti sikap, dasar, prinsip, minat, pengalaman, dan harapan.

b) Pada sasaran persepsi.

Sasaran ini bisa berupa objek atau peristiwa. Karakteristik sasaran dapat mempengaruhi persepsi yang melihatnya. Dengan kata lain, gerakan, suara, ukuran, perilaku, dan karakteristik lain dari sasaran persepsi juga menentukan perspektif yang melihatnya.

c) Pada situasi.

Persepsi harus dilihat dalam konteks atau kondisi yang juga memerlukan perhatian pada keadaan dimana hal itu terjadi. Situasi mempengaruhi pertumbuhan persepsi seseorang

Jadi dapat disimpulkan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi perasaan, emosi, dan pengetahuan. Sedangkan faktor eksternal meliputi segala sesuatu yang berasal dari luar, seperti latar belakang keluarga atau sesuatu yang baru.

2.1.2 Aspek-aspek Dalam Persepsi

Menurut Humrah (2017). Adapun beberapa aspek dalam persepsi sebagai berikut:

1. Aspek Kognitif

Bagian ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang didapatkan seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pola pikir konsumen, kognitif, dan masuk akal.

2. Aspek Afektif

Bagian ini berhubungan dengan rasa bahagia dan rasa tidak bahagia, jadi sifatnya *evaluative* yang dimilikinya. Berkaitan dengan keadaan seseorang yang bersifat emosional. Berarti bisa berupa perasaan senang, sedih dan gembira.

3. Aspek Konatif

Bagian ini merupakan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan objek. Berkaitan dengan Tindakan yang berarti tindakan seseorang.

Menurut Fadila, dkk (2013:48), terdapat beberapa aspek-aspek persepsi yaitu:

1. Seleksi

Seleksi adalah proses pengklasifikasian stimulus yang diterima seseorang dengan panca indera berdasarkan keinginan yang dipengaruhi oleh masa lalu dan harapan yang menjadi motivasinya.

2. Organisasi

Organisasi atau pengelompokan persepsi merupakan cara dimana stimulus yang terjadi benar-benar utuh atau nyata.

3. Interpretasi

Terjadi ketika seseorang memberikan data informasi. Hal ini dapat dipengaruhi oleh karakteristik individu, keadaan, dan bagaimana informasi tersebut ditampilkan.

2.1.3 Unsur-unsur Persepsi

Menurut Fadila dan Lestar (2013:46-67), ada beberapa unsur yang menjadi dasar proses perolehan persepsi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

a) Sensasi

Merupakan respon langsung dari kelima indera seseorang terhadap stimulus yang didapatkan dari lingkungan eksternal.

b) Ambang *Absolut*

Merupakan batas terendah dari stimulus yang dapat diterima seseorang. Dengan kata lain, titik terendah dimana seseorang dapat mengenali ada atau tidaknya sesuatu.

c) Ambang *Diferensial*

Merupakan fase perubahan terendah dari stimulus yang diperlukan untuk mencapai perubahan atau perbedaan terendah yang dapat dilihat oleh seseorang atas dua stimulus

d) Persepsi Subliminal

Merupakan persepsi seseorang terhadap stimulus yang diberikan dibawah ambang *absolut*, yaitu persepsi terhadap suatu stimulus yang tidak disadari oleh orang tersebut.

2.1.4 Objek Persepsi

Sangat banyak objek yang dapat dipersepsi, contohnya yaitu segala sesuatu yang ada di sekitar manusia. Manusia itu sendiri dapat dijadikan sebagai objek persepsi. Karena ada begitu banyaknya objek yang dapat dipersepsi pada manusia, maka pada umumnya objek persepsi dapat diklasifikasikan. Objek persepsi dapat dibagi menjadi objek manusia dan non-manusia (Walgito 2010: 96).

Ketika manusia dan non-manusia dipersepsikan, maka persepsi ini akan memiliki beberapa persamaan dan juga beberapa perbedaan. Persamaannya yaitu manusia dianggap sebagai objek yang berhubungan dengan tempat dan waktu. Sedangkan perbedaan yang mendasar antara manusia dan non-manusia adalah bahwa apa yang dirasakan manusia memiliki aspek yang sama dengan apa yang mereka rasakan, dan hal ini tidak terdapat apabila yang dipersepsi itu non-manusia.

Seperti yang dijelaskan oleh Walgito (2010:108), yaitu pada objek persepsi manusia mempunyai kemampuan, perasaan, ataupun aspek lain seperti halnya pada orang yang mempersepsi. Orang yang dipersepsi akan dapat mempengaruhi orang yang mempersepsi, hal ini tidak bisa dijumpai apabila yang dipersepsi itu non-manusia.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.

Menurut Nur 'aini (2015), kualitas adalah tingkat mutu yang keanekaragamannya diharapkan dapat dikendalikan guna memenuhi kebutuhan semua konsumen dalam mencapai mutu tersebut, sedangkan pelayanan adalah semua tindakan atau aktivitas yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menagarah pada kepemilikan dan dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak yang lain.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keunggulan dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang membantu kebutuhannya secara langsung atau tidak langsung (Indrasari, 2019: 68-61).

Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011:119), tujuan dari pelayanan ini biasanya untuk mendukung pemasaran terhadap nasabah ataupun pelanggan. Setelah tujuan tercapai maka manfaat secara umum dari pelayanan bisa dipenuhi yaitu meningkatkan jumlah nasabah ataupun pelanggan. Konsep loyalitas pelanggan dapat dibentuk dengan pembelian berulang kali, memungkinkan perusahaan akan tetap bertahan lebih lama dan dapat meningkatkan kualitas perusahaan.

Jadi, kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk meningkatkan kualitas atau keunggulan yang diharapkan konsumen untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya.

2.2.1 Kualitas Layanan dalam Islam

Dalam konsep ekonomi Islam, Islam sudah mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan harus yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 7, yaitu:

فَلَهَا أَسْأَلُهُمْ ۖ وَإِنْ لَانَفْسِكُمْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ إِنْ

Artinya: Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri (QS. Al-Isra [17]: 7).

Makna ayat diatas yaitu jika kita berbuat baik kepada orang lain maka kebaikan itu akan kembali kepada kita dan jika berbuat jahat kepada orang lain maka kejahatan itu pula akan kembali lagi kepada kita. Begitu juga dengan Bank Aceh Syariah yang menawarkan aplikasi Action, jika Bank Aceh Syariah memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya maka akan berdampak baik pula bagi bank itu sendiri, salah satu contohnya yaitu akan bertambahnya minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Action.

2.2.2 Klasifikasi Pelayanan

Menurut Nafra (2021) klasifikasi pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) *Care Service*, merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang merupakan produk unggulan. Misalnya bank yang dimana produk utamanya adalah sarana menyimpan dana masyarakat.
- 2) *Facilitating Service*, merupakan fasilitas pelayanan tambahan bagi pelanggan. Pelayanan tambahan berupa bagi hasil yang diberikan kepada nasabah yang menabung.
- 3) *Supporting Service*, merupakan pelayanan tambahan atau pendukung untuk menambah nilai dari pelayanan atau untuk membedakan pelayanan dari pihak lain. Misalnya fasilitas *mobile banking*.

2.2.3 Indikator Kualitas Layanan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 182) ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu;

- 1) *Tangibles* atau bukti fisik merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Artinya penampilan dan kinerja sarana dan prasarana perusahaan serta kondisi lingkungan sekitarnya yang merupakan bukti nyata dari pelayanan yang ditawarkan.
- 2) *Reliability* atau keunggulan merupakan kemampuan perusahaan untuk menyediakan segala macam layanan secara akurat dan handal.
- 3) *Responsiveness* atau ketanggapan merupakan kesediaan untuk mendukung dan memberikan layanan yang cepat dan tepat, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen termasuk komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan.
- 5) *Empathy*, yaitu memberikan semua bentuk perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan karyawan kepada pelanggan dalam upaya memahami apa yang mereka inginkan. Misalnya, perusahaan perlu mengetahui kebutuhan

pelanggan secara spesifik mulai dari bentuk fisik produk atau jasa hingga distribusi yang tepat.

Menurut Lupiyoadi (2006:184), jenis kualitas layanan dapat dipisahkan menjadi 3, yaitu sebagai berikut:

1) Kualitas Fungsi

Yaitu menekankan bagaimana layanan yang akan diimplementasikan, terdiri dari keterlibatan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, aksesibilitas, dan layanan.

2) Kualitas Teknis

Hasil yang dapat dikenali konsumen seperti harga, ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan estetika produk.

3) Reputasi Perusahaan

Hal ini tercermin dari citra perusahaan dan nilai yang baik di mata konsumen.

Menurut Ramadhan (2013) Kelima aspek kualitas pelayanan sekarang disebut dengan *servqual* atau *Quality of Service*. Keterampilan, kesopanan, kredibilitas atau toleransi, dan keamanan bergabung untuk membentuk menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, interaksi, dan kemampuan untuk memahami pelanggan digabungkan menjadi empati (*empathy*). Oleh karena itu, ada lima aspek utama yang diurutkan berdasarkan kepentingan relatif sebagai berikut:

- 1) *Responsiveness*, yaitu mengacu pada motivasi dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan menanggapi keinginan pelanggan, serta memberikan informasi kepada pelanggan.
- 2) *Reliability*, hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat sejak awal tanpa melakukan kesalahan apapun dalam memberikan pelayanan sesuai waktu yang telah disepakati.
- 3) *Assurance*, yaitu sikap karyawan guna menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa memberikan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan harus selalu bersikap sopan santun dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menanggapi pertanyaan dan masalah pelanggan.
- 4) *Empathy*, ini berarti bahwa perusahaan perlu memahami masalah pelanggan, bertindak untuk kepentingan pelanggan, dan memberikan perhatian secara pribadi kepada para pelanggan.
- 5) *Tangibles*, berkaitan dengan daya tarik fasilitas dari perusahaan, perlengkapan, dan bahan yang digunakan perusahaan, serta kinerja dan penampilan karyawannya.

Layanan memberikan makna bahwa sebuah sistem yang dirancang untuk memudahkan seseorang melakukan semua pekerjaan, bukan untuk mempersulit penggunaannya. Dengan kata

lain, orang yang menggunakan skema lebih mudah diajak berkerja sama dari pada orang yang tidak menggunakan skema atau yang bekerja secara manual. Kemudahan penggunaan *mobile banking* berarti bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh pihak bank akan mudah dipahami dan digunakan, serta masyarakat dapat dengan mudah memahami tata cara untuk transaksi menggunakan *mobile banking*.

2.3 Layanan Prima

Menurut Zaenal dan Setyabudi (2014) layanan prima adalah bentuk pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

Menurut Kasmir (2011) pelayanan prima adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Menurut Rahmayanty (2013:17) pelayanan prima atau layanan unggulan adalah bagaimana perusahaan memberikan layanan maksimal kepada pelanggan dan kesediaan dalam menghadapi masalah yang muncul secara profesional. Layanan ini akan meningkatkan kesan kepada pelanggan dan mereka akan terus menjadi mitra bisnis yang baik. Pelayanan prima mencerminkan seluruh interaksi antara karyawan kepada pelanggannya. Pelayanan prima adalah suatu aktivitas atau kinerja yang dapat dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak memiliki, dan produksinya dikaitkan dengan fisik atau tidak bisa dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Rangkuti (2017), pelayanan prima adalah pelayanan terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima adalah pelayanan yang memenuhi semua standar kualitas yang ditentukan.

Menurut Rahmayanty (2013: 18) layanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas *quality nice*. Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, keunggulan, ketepatan, ketrampilan dan empati dari karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berkesan sehingga dapat langsung dirasakan pelanggan pada saat itu juga.

Jadi, layanan prima merupakan bentuk pelayanan terbaik kepada pelanggan dan sigap dalam mengatasi segala permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan meninggalkan kesan kepada pelanggan sehingga mereka akan seterusnya datang kembali menggunakan produk tersebut. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan menyeluruh dari karyawan kepada pelanggan. Setiap perusahaan membutuhkan pelayanan prima, yang dimaksud pelayanan prima adalah suatu sikap atau prosedur dimana seorang karyawan melayani pelanggan secara profesional.

2.3.1 Bentuk-bentuk Layanan Prima

Menurut Prayogi (2018) ada beberapa bentuk pelayanan prima yang baik yaitu pelayanan yang dilakukan dengan cara yang

ramah, cepat, tepat, dan nyaman untuk mencapai kepuasan pelanggan.

- 1) Kecepatan, pelanggan sangat menginginkan pelayanan yang cepat dalam waktu yang singkat.
- 2) Keramahan, ini tentang membangun hubungan yang baik, keramahan merupakan salah satu kunci keberhasilan mencapai suatu pelayanan.
- 3) Ketepatan, pelayanan yang cepat harus disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.
- 4) Kenyamanan, suasana yang nyaman berdampak besar pada efisiensi karyawan dan loyalitas penggunaan jasa.

2.3.2 Indikator Pelayanan Prima

Menurut Barata (2006: 15) mengembangkan indikator pelayanan prima menjadi 5 yaitu:

- 1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan untuk mendukung program pelayanan prima yang memberikan komunikasi dan motivasi yang efektif dan efisien sebagai alat untuk membangun hubungan yang digunakan oleh perusahaan, dapat mencakup berbagai keterampilan di bidang pekerjaan yang dipenuhi dalam rangka untuk mengembangkan hubungan sosial.

2) Sikap (*attitude*)

Setiap orang memiliki perilaku yang harus ditunjukkan ketika berhadapan dengan pelanggan, yang dapat disesuaikan dengan keadaan dan keinginan pelanggan.

3) Penampilan (*appearance*)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik fisik maupun non fisik untuk meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas dari pihak lain.

4) Perhatian (*attention*)

Perhatian adalah kepedulian yang utuh terhadap pelanggan, baik dari segi perhatian dan keinginan pelanggan maupun dari segi saran dan kritikan dari pelanggan.

5) Tanggung jawab (*accountability*)

Melaksanakan suatu kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian dalam menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Seperti halnya layanan yang diberikan oleh bank contohnya yaitu aplikasi *mobile banking* yang merupakan salah satu layanan perbankan yang mengimplementasikan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menambah nilai bagi nasabahnya. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kenyamanan bagi nasabah. Kemampuan nasabah untuk melakukan

berbagai transaksi *mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh perangkat telepon seluler dan internet.

2.3.3 Manfaat Layanan Prima

Menurut Barata (2006) ada beberapa manfaat dari pelayanan prima bagi suatu perusahaan, yaitu:

- a) Meningkatkan citra perusahaan
Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam di antara para pesaing. Maka citra perusahaan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis yang dapat membantu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.
- b) Menciptakan kesan pertama yang baik
Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap pelanggan, terutama para pelanggan akan mendapatkan kesan pertama yang mendalam, karena pelayanan yang diberikan memenuhi harapan dan kebutuhan yang diinginkan.
- c) Meningkatkan daya saing perusahaan
Semakin ketatnya persaingan, semakin banyak perusahaan yang akan bersaing memberikan *doorprize* atau hadiah. Ada beberapa pelanggan yang tertarik dengan hadiah, tetapi ada juga pelanggan yang tidak tertarik dengan hal itu. Beberapa pelanggan bahkan akan lebih tertarik jika mereka menerima layanan prima yang baik.

d) Meningkatkan laba dalam jangka panjang

Pelayanan prima yang diberikan kepada para pelanggan dan calon pelanggan akan memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan yang berkesinambungan. Hal ini memungkinkan pelanggan akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Manfaat jangka panjang ini memberikan posisi yang lebih kuat bagi perusahaan dalam persaingan mencari pelanggan.

2.4 Generasi Millennial

Menurut Djoyohadikusumo (2012), generasi milenial atau kadang juga disebut dengan generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah generasi X, yaitu orang yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000an. Milenial sendiri dianggap spesial karena generasi ini sangat berbeda dari generasi sebelumnya, apalagi dalam hal yang berkaitan dengan teknologi. Mereka disebut generasi milenial karena merekalah generasi yang hidup di pergantian milenium.

Menurut Espinazo & Schwarzbart (2018) merupakan ahli demografi membagi generasi menjadi empat, yaitu:

1) Generasi Baby Boomer

Generasi baby boomer adalah generasi yang berjuang dalam perang dunia II, yang lahir antara tahun 1946 sampai 1964.

2) Generasi X

Generasi X adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1965 sampai 1977, dan generasi ini tumbuh di masa yang tidak optimistis. Generasi X lebih sering disebut sebagai “*latchkey kid*”. Artinya, anak yang sering menghabiskan waktu sendirian karena orangtuanya bekerja atau kurangnya pengawasan.

3) Generasi Millennial

Generasi Millennial adalah generasi yang lahir antara tahun 1978 sampai 2000. Generasi Millennial tumbuh besar dalam situasi yang sangat berbeda dengan Generasi X. Sebagian besar orang tua dari Generasi Millennial adalah Generasi X yang lebih tua dan berjanji untuk tidak membesarkan anak-anak mereka seperti *latchkey kid*.

4) Generasi Z

Generasi Z lahir antara tahun 2001 sampai 2012. Generasi ini adalah generasi yang termuda yang baru memasuki angkatan kerja. Generasi ini biasa disebut dengan generasi internet. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial melalui dunia maya. Generasi yang terbiasa dengan teknologi sejak kecil ini sangat dekat dengan *smartphone* dan termasuk dalam generasi yang kreatif.

Generasi millennial (juga dikenal sebagai Generasi Y) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli

dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.

2.4.1 Karakteristik Generasi Milenial

Menurut Hidayat (2018: 68-69) Ada beberapa karakteristik dalam generasi milenial, yaitu:

- a) Milenial lebih percaya *User Generated Content* dari pada informasi searah

Generasi milenial tidak percaya pada informasi yang bersifat satu sisi, mereka tidak terlalu percaya pada perusahaan besar dan iklan, mereka lebih mementingkan pengalaman pribadi dari pada iklan atau review konvensional. Misalnya, dalam hal membeli suatu produk, generasi ini meninjau semua review dan testimoni produk sebelum melakukan pembelian.

- b) Milenial lebih memilih ponsel dibanding TV

Internet sangat penting dalam kehidupan pada generasi ini. Generasi milenial lebih suka mendapatkan informasi dari ponsel mereka dengan mencari informasi di Google atau perbincangan di forum. Generasi ini dituntut agar selalu *up to date* dengan lingkungan sekitar.

- c) Milenial wajib punya media sosial

Komunikasi dikalangan generasi milenial sangat lancar. Itu tidak berarti bahwa komunikasi itu selalu dengan *face to face*, tetapi justru sebaliknya. Banyak dari kalangan milenial melakukan komunikasinya melalui *message* atau juga

chatting di dunia maya, dengan membuat akun yang berisikan profil dirinya, seperti aplikasi Whatsapp, Twitter, Facebook, dan Line. Akun media sosial bisa dijadikan tempat untuk mengekspresikan diri, karena apa yang tertulis di media sosial akan dibaca oleh orang lain. Oleh karena itu, hampir semua generasi milenial memiliki akun media sosial sebagai tempat berkomunikasi dan berekspresi.

d) Milenial kurang suka membaca buku

Populasi orang yang suka membaca buku turun drastis pada generasi millennial. Bagi generasi ini, menulis dinilai membingungkan dan membosankan. Generasi millennial bisa dikatakan lebih suka melihat gambar.

e) Milenial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka

Generasi ini tidak melihat dunia secara langsung, namun tetap dengan cara yang berbeda, yaitu dengan menjelajah di dunia maya untuk mendapatkan semua informasi yang tersedia. Dimulai dengan kegiatan komunikasi, belanja, mendapatkan informasi dan aktivitas lainnya.

f) Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif

Diperkirakan pada tahun 2025 mendatang, milenial akan menguasai porsi tenaga kerja di seluruh dunia sebanyak 75 persen. Sementara itu, tak sedikit posisi pemimpin dan manager akan diduduki oleh generasi milenial. Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian *Sociolla*, kebanyakan dari generasi milenial biasanya menuntut gaji yang tinggi, jadwal

kerja yang fleksibel, dan meminta promosi dalam waktu satu tahun. Mereka juga tidak loyal terhadap pekerjaan atau perusahaan mereka.

Karakter generasi milenial ditandai dengan berkerja lebih cepat dan berbagi informasi yang bermanfaat di media sosial. Karakter lain dari generasi milenial adalah percaya diri dan haus akan perhatian. Di era ini selain komputer sudah menjamur, internet sudah menjadi hal yang lumrah, bahkan generasi milenial pun bisa disebut tidak bisa hidup tanpa koneksi internet (Rahmawati, 2018: 15).

Generasi milenial seharusnya memiliki *mobile banking* atau setidaknya memiliki minat menggunakan *mobile banking*. *Smartphone* dan jaringan internet berkembang pesat di era generasi milenial, bahkan semua generasi milenial kemungkinan besar sudah memiliki *smartphone*, dan tanpa *smartphone* dan internet maka tidak bisa menggunakan *mobile banking* dengan lancar.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Generasi Milenial

Menurut Indri (2020) ada dua faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial dalam memilih bank syariah sebagai berikut:

- a) Dorongan dari dalam individu atau internal.
- b) Keluarga

Keluarga merupakan faktor yang sangat berpengaruh. Hal ini dimaklumi karena keluarga antara satu anggota keluarga

dengan keluarga lainnya memiliki pengaruh dan peran yang sama pada saat membeli atau memilih produk sehari-hari.

c) Motivasi

Motivasi adalah keinginan seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi ini menjadi alasan untuk seseorang lebih berkarakter, dimana seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan bukan karena keinginan.

d) Faktor emosional.

Minat sangat erat kaitannya dengan emosi. Jadi dapat dikatakan bahwa minat merupakan dukungan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan apa saja untuk mencapai tujuan dan cita-cita yang menjadi ambisinya. Minat memberikan pengaruh besar dalam menentukan segala bentuk pilihan apapun. Karena minat dapat memberikan rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau mencari objek yang disenangi tanpa pengaruh dari luar. Oleh karena itu minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa maupun produk tertentu.

2.5 *Mobile Banking*

Mobile banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang memanfaatkan sarana komunikasi bergerak seperti *smartphone*, dengan menyediakan fasilitas atau layanan untuk bertransaksi melalui aplikasi pada *smartphone* (Nurastuti, 2011: 18).

Menurut Supriyono (2011: 67) *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang diakses langsung menggunakan layanan data atau layanan operator seperti XL, Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya yang dapat terhubung ke internet melalui jaringan telepon seluler atau *smartphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA.

Mobile Banking adalah jenis layanan dalam melayani transaksi non-tunai, seperti proses transfer atau pembayaran lainnya. Apabila menggunakan layanan *mobile banking*, proses transfer dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, dan tidak tergantung pada jam operasional bank (Irianto, 2014: 55).

Kemudahan yang ditawarkan dari *mobile banking* antara lain yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi ulang pulsa, pembayaran zakat, tagihan listrik, transfer sampai pembayaran tagihan kartu kredit yang mudah hanya dengan seperti mengirim *Short Message Service* (SMS). Namun, karena kemudahan ini, *mobile banking* juga memiliki beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan *mobile banking* adanya *hacker* atau resiko siber untuk mendapatkan informasi rekening atau debit dan informasi kartu kredit dari pengguna *mobile banking* (Wardhana, 2015).

2.5.1 Indikator Mobile Banking

Menurut Wulandari (2017: 139-149) *Mobile Banking* dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

a) Memberikan Informasi

Sistem ini, hanya berisi informasi tentang produk dan layanan atau fitur yang dimiliki oleh bank. Risiko dari sistem ini sangat rendah, karena sistem ini tidak terhubung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server *hosting* situs. Risiko yang mungkin saja terjadi adalah modifikasi isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah *deface*). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi mendistorsi informasi di situs web bank yang bersangkutan.

b) Bersifat Komunitif

Tipe yang kedua lebih bersifat interaktif dari pada tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, memungkinkan terjadinya hubungan antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Hubungan tersebut dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan informasi data pribadi nasabah, maupun formulir keanggotaan layanan dari bank yang terkait. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini secara signifikan lebih besar dari pada sistem yang pertama. Hal ini disebabkan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server dalam jaringan yang ada di Bank. Sistem ini membutuhkan lebih banyak pengawasan dan penjagaan yang lebih, gunanya untuk mencegah penyusup maupun program yang dapat merusak sistem seperti virus, dan lain-lain.

c) Bersifat transaksi

Tipe yang ketiga adalah tipe yang paling lengkap dibandingkan tipe lainnya dan biasanya mencakup dua tipe sistem sebelumnya. Sistem ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh karena itu, sistem ini membutuhkan pengawasan yang lebih ketat. Transaksi yang dapat dilakukan pada sistem ini antara lain akses langsung ke rekening bank, seperti informasi saldo atau transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, pengisian pulsa, dan lain-lain.

Mobile banking memberikan kemudahan kepada nasabahnya untuk sekedar mengecek saldo tabungan, membayar tagihan maupun mentransfer dana ke rekening lain. Artinya, aktivitas yang sebelumnya harus dilakukan *face to face* dengan *teller* kini dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, tanpa harus datang ke kantor cabang atau ATM (*Automated teller machine*). *Mobile Banking* sangat cocok digunakan untuk mereka yang mungkin jadwalnya sangat padat atau kurangnya pilihan lain. Apalagi saat ini, layanan dan fiturnya beragam. Kini, di Indonesia *mobile banking* sangat populer dan memiliki pasarnya tersendiri. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu bank yang menawarkan berbagai fasilitas transaksi, antara lain ATM, *Mobile Banking*, dan Internet Banking.

Selain itu, bank ini juga memiliki layanan “*call center*” untuk memenuhi segala kebutuhan nasabah yang ingin mengetahui lebih jauh tentang bank tersebut, termasuk pengaduan keluhan yang dihadapinya.

2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan *Mobile Banking*

Menurut Harish (2017) ada 5 keuntungan dalam menggunakan *mobile banking*, yaitu sebagai berikut:

a) Mudah

Yaitu nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, kecuali saat mendaftarkan *mobile banking* pada nomor ponsel.

b) Praktis

Semua nasabah dapat melakukan transaksi perbankan, kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone*.

c) Aman

Mobile banking dilengkapi dengan sistem proteksi atau keamanan maksimal yang terprogram secara otomatis setelah registrasi. Selain menggunakan PIN yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang terdaftar, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk memastikan keamanan nasabah.

d) Penggunaan yang bersahabat

Mobile banking dirancang agar mudah digunakan oleh siapa saja, memungkinkan nasabah untuk memilih jenis transaksi

dari menu dan fitur yang tersedia tanpa harus mengingat kode transaksi yang diperlukan.

e) Nyaman

Nasabah seperti memiliki mesin ATM dalam genggam tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, sekarang dapat dilakukan melalui *mobile banking* kecuali penarikan tunai.

Kekurangan *Mobile Banking*:

- a) Hanya tersedia di provider tertentu
- b) Kecepatan data/jaringan regional
- c) Ada limit transaksi harian
- d) Jenis *handphone* OS

Salah satu contoh dari *mobile banking* yaitu aplikasi Action. Dikutip dari website resmi PT. Bank Aceh Syariah. Action (Aceh Transaksi Online) adalah *mobile banking* milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh nasabah melalui *smartphone* untuk bertransaksi dengan menggunakan media internet. Ada beberapa ketentuan umum yang berlaku di aplikasi Action yaitu:

- a) Akad yang digunakan untuk layanan *mobile banking* adalah akad *wakalah*.
- b) Yang dapat menggunakan layanan Action adalah nasabah perorangan yang memiliki Rekening Tabungan atau Giro serta telah menggunakan ATM atau Debet Bank Aceh.
- c) Pendaftaran layanan Action dilakukan secara mandiri oleh Nasabah dengan cara memasukkan nomor kartu

ATM/Debet, PIN kartu ATM/Debet dan nomor *smartphone* Nasabah yang terdaftar di basis data *core banking system Bank*.

- d) Nasabah dilarang memberikan informasi dengan cara apapun terkait nomor kartu ATM, PIN kartu ATM/Debet, *password* dan M-PIN, serta keterangan, dokumen dan apapun yang diterima nasabah, selama dan setelah penggunaan layanan Action.
- e) Rekening yang dapat diakses adalah rekening yang terdaftar dalam 1 (satu) nomor identifikasi nasabah (CIF).
- f) Jenis fasilitas layanan Action terdiri dari transaksi non-finansial dan transaksi finansial, Bank memiliki kewenangan untuk mengubah fasilitas ataupun kebijakan atas layanan Action setiap saat.
- g) Setiap instruksi yang telah diberikan nasabah melalui layanan Action tidak dapat dibatalkan.
- h) Sebagai bukti pelaksanaan transaksi, nasabah akan mendapatkan bukti transaksi yang tersimpan pada daftar Riwayat transaksi di aplikasi Action.
- i) Limit transaksi pada layanan Action mengacu pada ketentuan yang berlaku pada PT. Bank Aceh Syariah.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai persepsi *mobile banking* pada generasi milenial sudah banyak diteliti dan bukanlah suatu yang baru, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah

peneliti melihat persepsi pada generasi milenial terhadap lahirnya aplikasi dari PT. Bank Aceh yaitu Aceh Transaksi Online (Action). Beberapa penelitian yang membahas dan mengkaji tentang persepsi *mobile banking* pada generasi milenial adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian Cahya Krismawar Ningsih (2021) dengan judul skripsi “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus Kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro). Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yaitu dengan cara wawancara, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti jika penelitian sebelumnya tentang pengaruh minat *mobile banking* maka penelitian ini mengkaji tentang persepsi *mobile banking*.

Kedua, penelitian Iwan Saputra (2021) dengan judul skripsi “Persepsi Nasabah pada Layanan Mobile Banking BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu”. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti jika penelitian sebelumnya di BRI Syariah maka penelitian ini di Bank Aceh Syariah.

Ketiga, penelitian Senja Pratiwi (2019) dengan judul skripsi “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Negara Indonesia Syariah”. Persamaan penelitian ini

adalah menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya yaitu dengan cara wawancara, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti jika penelitian sebelumnya di BNI Syariah maka penelitian ini di Bank Aceh Syariah.

Keempat, penelitian Annisa Fitri Iriani (2018) dengan judul jurnal “Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti jika penelitian sebelumnya tentang minat menggunakan *mobile banking* maka penelitian ini mengkaji tentang persepsi *mobile banking*.

Kelima, penelitian Dwitya Pratiwi Wulandari (2018) dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking (Studi pada PT Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Lubuk Pakam)”. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti jika penelitian sebelumnya tentang faktor minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* maka penelitian ini mengkaji tentang persepsi *mobile banking*.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ningsih (2021)/ Analisis Faktor yang mempengaruhi Minat Generasi Milenials dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah	Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data: <i>Field Research</i>	Generasi milenial di desa Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro tidak pernah mendapatkan sosialisasi dan bukan dilatar belakangi dari pendidikan dan pekerjaan yang berbasis Islam melainkan mereka memiliki kesadaran untuk menabung di bank syariah dan menggunakan mobile banking syariah. Ada factor-faktor yang mempengaruhi minat generasi milenials dalam menggunakan mobile banking syariah, yaitu faktor manfaat, faktor lokasi eksternal, dan faktor internal keagamaan.
2	Saputra (2021)/ Persepsi Nasabah pada Layanan Mobile Banking BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu	Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data: <i>Field Research</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan mobile banking dapat mempermudah melakukan transaksi, seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran asuransi, dan lain-lain. Oleh karena itu, nasabah pengguna tidak perlu khawatir tentang transaksi. Dengan kemudahan seperti transaksi, biaya transfer, gratis administrasi dan lain-lain. Untuk mengatasi jaringan yang tidak stabil, nasabah memiliki operator jaringan yang kuat dengan pembaruan aplikasi pada <i>mobile banking</i> .
3	Pratiwi (2019)/ Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama	Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data: Observasi dan <i>Interview</i>	Hasil persepsi mahasiswa terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> BNI Syariah yaitu banyaknya mahasiswa yang mengatakan jika layanan ini memberikan kemudahan

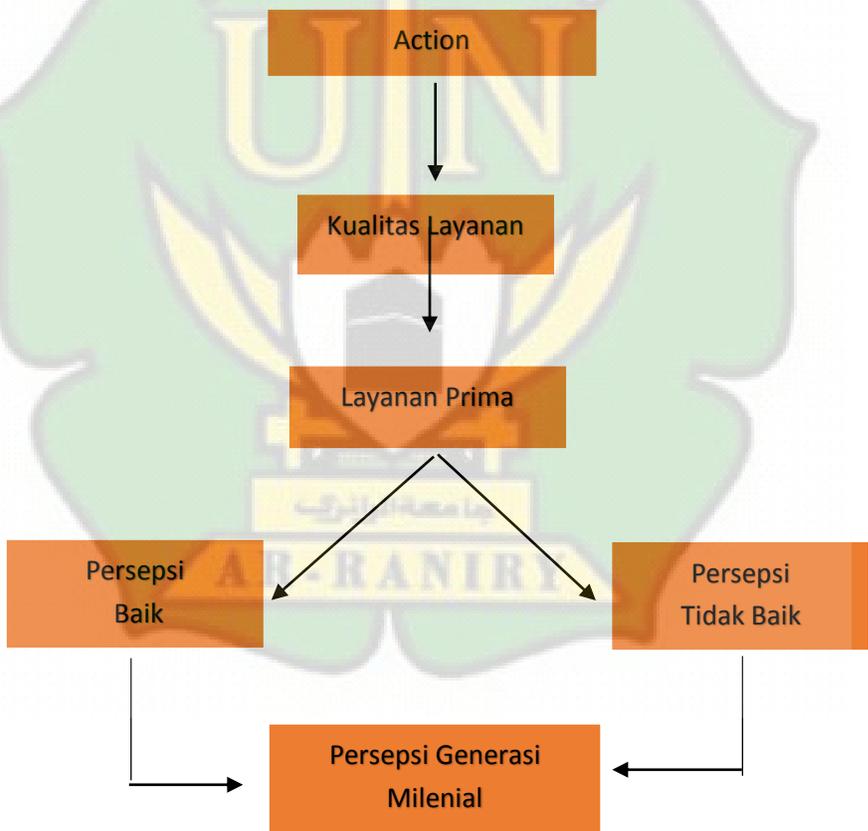
No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Islam Negeri Bengkulu Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Negara Indonesia Syariah		dalam bertransaksi seperti transfer ataupun pengecekan saldo, banyak manfaat yang didapatkan, dan ada beberapa kesulitan yang dirasakan oleh mahasiswa, serta penerapannya pada mahasiswa yang harus sesuai dengan prinsip Syariah.
4	Iriani (2018)/ Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo	Kualitatif, Teknik Pengumpulan: Data Display, Data Reduction, Conclusion Drawing/Verification	Hasil survey menunjukkan minat nasabah terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> di Bank Syariah Kota Mandiri Palopo sangat membantu dan memudahkan nasabah, dengan menggunakan transaksi perbankan seperti transfer antar bank dan tidak perlu lagi mengantri ke bank untuk waktu yang lama. Tujuan <i>Mobile banking</i> adalah untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam menyelesaikan transaksi tanpa melalui <i>teller</i> atau ATM.
5	Wulandari (2018)/ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking (Studi pada PT Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Lubuk Pakam)	Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data: <i>interview</i>	Hasil survey menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh layanan <i>mobile banking</i> , seperti menghemat waktu para penggunanya tanpa harus membuang-buang waktunya untuk mengantri di kantor cabang terdekat atau ke ATM untuk melakukan transaksi.

Sumber Tabel: diolah oleh peneliti, 2022

2.7 Kerangka pemikiran

Untuk menemukan masalah yang diteliti, penting untuk memiliki gagasan yang merupakan landasan dalam meneliti masalah dengan tujuan untuk menemukan, menjelaskan dan memverifikasi kebenaran dari suatu penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber Gambar: Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa *mobile banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya untuk memudahkan semua akses nasabah ke bank yang memungkinkan nasabah dapat menikmati berbagai fitur layanan di *mobile banking* tanpa harus datang langsung ke bank atau *face to face* dengan karyawan bank. Layanan yang diberikan Action sangat beragam dan bertujuan untuk memudahkan nasabahnya. Pada era milenial yang serba canggih ini, generasi milenial tentu sudah mengetahui aplikasi *mobile banking* yang bisa mempermudah kegiatan mereka tanpa harus menunggu lama di bank karena segala fitur yang ada di layanan *mobile banking* memiliki banyak manfaat diantaranya yaitu sistem kerjanya 24 jam, nasabah bisa membayar berbagai tagihan melalui *handphone* dan layanan ini juga dapat dinikmati secara gratis oleh nasabah contohnya seperti aplikasi *mobile banking* Aceh Transaksi Online (Action). Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat berbagai persepsi generasi milenial tentang hadirnya layanan *mobile banking* Action.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2011).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan fakta dilapangan (*field research*) dimana peneliti langsung melakukan wawancara kepada generasi milenial mengenai persepsi mereka tentang aplikasi *mobile banking* dari PT. Bank Aceh (Action) dan juga melakukan metode (*phenomenological research*) yaitu peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi partisipan dalam pengalaman hidupnya.

Alasan penelitian mengambil pendekatan kualitatif karena untuk memahami bagaimana komunitas atau individu dalam menerima masalah tertentu. Pendekatan kualitatif memfasilitasi pemahaman atas substansi dari sebuah peristiwa. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memahami keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran atau penjelasan, tetapi juga untuk membantu mendapatkan penjelasan yang lebih rinci.

3.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka lokasi penelitian akan dilakukan pada masyarakat Kota Banda Aceh.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Kota Banda Aceh karena kota Banda Aceh adalah salah satu kota yang paling maju diantara kabupaten lainnya yang ada di Aceh baik secara ekonomi maupun pendidikan. Biasanya teknologi selalu muncul pertama di kota besar. Di kota maju seperti Banda Aceh setidaknya masyarakat sudah menggunakan aplikasi Action tetapi diluar faktanya banyak masyarakat juga tidak memakai aplikasi Action, maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi generasi milenial terhadap layanan *mobile banking* Bank Aceh Syariah.

3.3 Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti terfokus pada Persepsi Generasi Milenial Terhadap *Mobile Banking* Action Bank Aceh Syariah di kota Banda Aceh dimana objeknya adalah masyarakat kota Banda Aceh yang memiliki usia dalam kategori generasi milenial.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Moleong (2001):

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari seseorang atau informan yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan bukan secara langsung dari sumbernya. Penelitian yang diperlukan seperti data jumlah masyarakat, sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis dan dokumen-dokumen dari pihak terkait mengenai masalah yang akan diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah awal yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan utama dalam suatu penelitian adalah mendapatkan data atau informasi. Dalam pengumpulan data, data yang penulis kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Moleong (2011) wawancara merupakan percakapan dengan maksud dan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua orang, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Adapun menurut Sugiyono

(2011) wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui sesi tanya jawab untuk membuat suatu topik menjadi bermakna.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana peneliti bertanya langsung kepada informan untuk mendapatkan sejumlah informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Untuk wawancara gunakan pedoman wawancara, untuk membantu peneliti mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai dengan kebutuhan informasi yang diinginkan.

Proses wawancara dimulai dengan membuat kesepakatan dengan informan mengenai waktu untuk dapat melakukan wawancara. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terdapat dalam pedoman wawancara. Peneliti juga dapat menambahkan beberapa pertanyaan diluar dari pertanyaan yang terdapat pada pedoman wawancara untuk memperdalam penelitian.

Alasan peneliti melakukan wawancara pada penelitian ini yaitu untuk memperoleh informasi secara langsung guna menjelaskan suatu hal atau situasi dan kondisi yang terjadi dilapangan dan memperoleh data agar dapat memengaruhi situasi atau orang tertentu.

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Kota Banda Aceh tentang aplikasi Action melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait.

Adapun syarat-syarat informan sebagai berikut:

- a) Tercatat sebagai penduduk Kota Banda Aceh.
- b) Mempunyai rentan usia dari tahun kelahiran 1978 s.d 2000.
- c) Bersedia untuk diwawancarai dan tidak ada unsur paksaan.
- d) Memiliki aplikasi Action

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data yang berisi catatan penting tentang masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap, *valid* dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang tersedia dalam catatan dokumen (Basrowi, 2008:158). Dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melengkapi foto pada saat wawancara. Hal ini sebagai bukti proses dari penelitian.

Adapun informan yang diteliti adalah masyarakat kota Banda Aceh, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Banda Aceh 2022 kepadatan penduduk masyarakat kota Banda Aceh yaitu 252.899 jiwa dengan wilayah 9 kecamatan dan 90 desa.

Berikut adalah data jumlah penduduk disetiap kecamatan di Kota Banda Aceh menurut Badan Pusat Statistik Kota Banda 2022:

Tabel 3. 1
Jumlah Penduduk di Kota Banda Aceh

Kecamatan	Jumlah Penduduk
Meuraxa	26.861
Jaya Baru	25.939
Banda Raya	25.228
Baiturrahman	32.513
Lueng Bata	24.336
Kuta Alam	42.505
Kuta Raja	15.291
Syiah Kuala	32.969
Ulee Kareng	27.257
Jumlah	252.889

Sumber: Data diolah 2022

Berikut adalah tabel daftar informan pada masyarakat kota Banda Aceh:

Tabel 3. 2
Daftar Informan

Kode	Nama	Jabatan	Kelahiran	Kecamatan
001	Burmawi	Mahasiswa	1997	Meuraxa
002	Reza Ade Oky	Pedagang	1996	Meuraxa
003	Hafiz Aulia	Mahasiswa	2000	Meuraxa
004	Martunis	Karyawan Rumah Sakit	1993	Jaya Baru
005	Saifullah	PNS	1993	Jaya Baru
006	Dian Ramadhan	Guru	1990	Jaya Baru
007	Misbah	Karyawan Ponsel	1995	Bandar Raya
008	Muammar	Pedagang	1997	Bandar Raya
009	Imam	Pedagang	1990	Bandar Raya
010	Junaidi	Pengusaha	1980	Baiturrahman
011	Winda	Dokter	1985	Baiturrahman
012	Raiya Ar-Razaq	Guru	1985	Baiturrahman
013	Saumi Maghfirah	Mahasiswa	1997	Lueng Bata
014	Rezky Chandra	Mahasiswa	1996	Lueng Bata
015	Zulbatmi	PNS	1980	Kuta Alam
016	Dewi Sahara	Mahasiswa	1997	Kuta Alam
017	Mita Rezkina	Pedagang	1998	017
018	Riska Azahra	Mahasiswa	1998	018
019	Yogi Septian	Wiraswasta	1995	019

	Perdana			
020	Bukhari	Guru	1981	020
021	Mutiara Chitra	Pedagang	1986	021
022	Leli Nahlul	Mahasiswa	1992	022
023	Jaslidar	Guru	1990	023
024	Arinal	Pedagang	1997	024

Sumber: Data diolah 2022

Data yang diambil sebanyak 25 jiwa, untuk setiap 10.000 jiwa dapat mewakili 1 jiwa.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis kualitatif deskriptif tentang persepsi dari masyarakat Kota Banda Aceh tentang Action. Proses selanjutnya adalah mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam kategori-kategori dan menguraikannya dalam unit-unit, dan menyusunnya agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Menurut Wirartha (2006), teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menjelaskan dan merangkum kondisi dan situasi yang berbeda dari berbagai data yang dikumpulkan dalam bentuk hasil wawancara atau observasi tentang masalah yang diselidiki dilapangan.

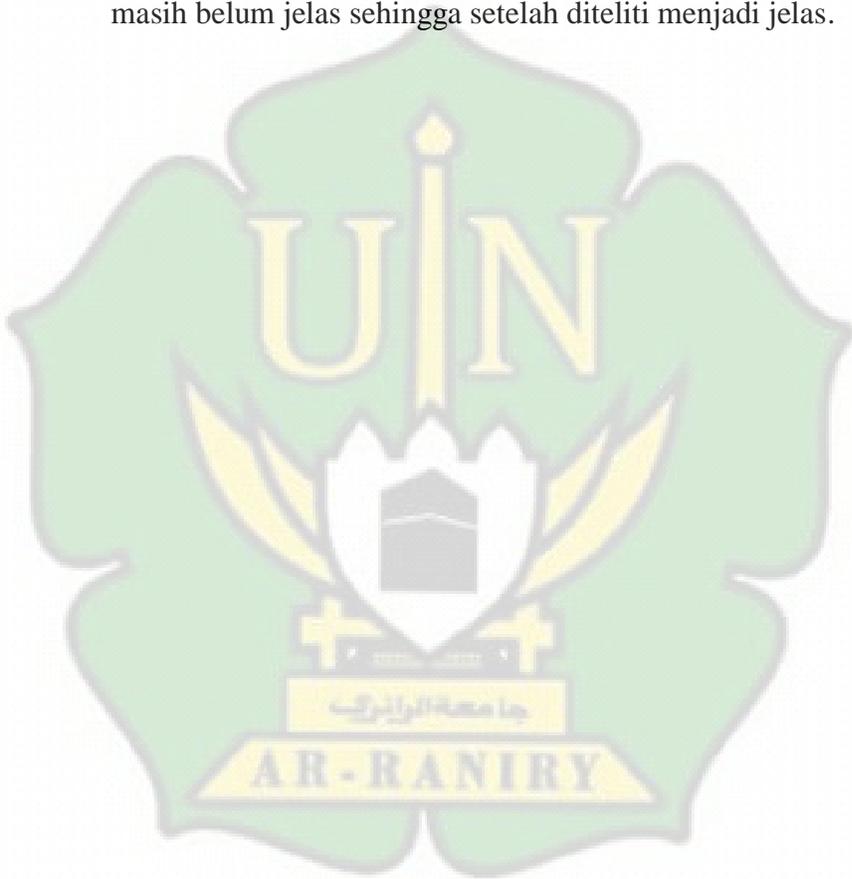
Tiga jenis utama dari analisis data adalah proses siklus dan interaktif. Peneliti perlu beralih diantara empat peranan penting utama kumparan selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan

untuk lebih memperjelas alur kegiatan analisis data penelitian yang sedang diteliti.

Menurut Miles dan Huberman (1992) yang dikutip oleh Sugiyono (2010) mengatakan analisa data kualitatif berlangsung secara interaktif dan terus menerus sampai aktivitas tersebut selesai. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

- a) Data *Reduction* adalah data yang tersedia dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara cermat dan rinci. Semakin lama peneliti berada di lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit, oleh sebab itu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti menyimpulkan, meneliti hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting.
- b) Data *Display* adalah penyajian data bisa dilakukan berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Dalam hal ini, penulis akan menyajikan data dalam bentuk teks, untuk memperjelas hasil penelitian maka dapat dibantu dengan mencantumkan tabel atau gambar.
- c) *Conclusion Drawing/Verification* adalah kesimpulan yang mungkin dapat menjawab masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan

berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada temuan yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh lahir atas buah pikiran Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa perwakilan Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan sebesar Rp 25.000.000

Setelah melakukan beberapa perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 mendapatkan izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan berlakunya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua

Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk melaksanakan ketentuan tersebut, maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai dasar hukum pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut menegaskan bahwa tujuan didirikannya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Aceh mengeluarkan SK No. 54 Tahun 1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Perubahan status mengenai bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberi ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah menetapkan sejumlah Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai dari Perda No. 10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor :

2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri No: 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi oleh keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa penambahan modal bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindak lanjuti dengan menandatangani Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan ini telah disetujui oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan No. C-8260 HT.01.01.TH.99 pada tanggal 6 Mei 1999. Sesuai anggaran dasar perusahaan, modal dasar PT Bank BPD Aceh adalah Rp 150 Miliar.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah setelah menerima surat dari Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai perihal persetujuan Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada tanggal 5 November 2004.

Sejarah baru Bank Aceh dimulai dengan hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) yang diselenggarakan pada tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seutuhnya. Sejak perubahan tersebut maka proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan prosedur yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan lewat Keputusan Dewan Komisiner OJK. KEP-44/D.03/2016 pada tanggal 1 September 2016 Mengenai Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan peraturan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak hari itu Bank Aceh telah mampu melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni seperti yang ditetapkan dalam Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh dapat menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No.89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki jaringan 161 kantor yang terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 *Payment Point*. Bank juga akan merelokasi kembali kantor sesuai kebutuhan.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah

Visi:

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi:

- a) Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
- b) Memberikan layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
- c) Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*)
- d) Memberikan nilai tambah yang tinggi kepada pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- e) Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.2 Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah

Struktur organisasi merupakan sebuah bagan yang dibuat untuk menjelaskan secara singkat tentang tugas-tugas organisasi serta perbedaan tugas-tugas di antara satu unit dengan unit lainnya dalam suatu organisasi. Tujuan dari adanya struktur organisasi adalah untuk mengarahkan, mengadaptasi, memperjelas, dan mengembangkan guna mencapai tujuan sebuah perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang baik di setiap komponen,

tugas wewenang dan tanggung jawabnya dalam rangka untuk kelancaran pelaksanaan dan keberhasilan tugas yang telah diberikan.

Secara keseluruhan, struktur organisasi PT. Bank Aceh Syariah sama dengan bank konvensional, karena harus mematuhi peraturan perbankan nasional. Namun, faktor pembeda antara keduanya adalah bank syariah diwajibkan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS). Posisi Dewan Pengawas Syariah (DPS) ini sejajar dengan Dewan Komisaris. Untuk mendukung asas bank syariah, maka Dewan Pengawas Syariah melakukan konsultasi dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dewan Pengawas Syariah ini diangkat dalam RUPS (Rapat umum pemegang saham), yaitu dari calon-calon yang diajukan oleh MUI. Kewenangan dan peran Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi operasional bank dan produk-produk agar sesuai dengan konsep Syariah, selanjutnya mengadakan perbaikan seandainya ada suatu produk yang telah dan sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan konsep perbankan syariah.

Struktur organisasi Bank Aceh Syariah terdiri dari lini dan staf, dengan masing-masing bawahan bertanggung jawab langsung atas tugas-tugasnya. Bank Aceh Syariah dipimpin oleh Direktur Utama yang membentuk beberapa bagian dalam organisasi, antara lain Direktur Umum, Direktur Pemasaran, dan Direktur Kepatuhan. Kemudian setiap bagian memiliki divisinya sendiri, setiap divisi dipimpin oleh kepala divisi. Selain itu, Kantor Pusat Operasional

Bank Aceh Syariah memiliki seorang pimpinan dan beberapa divisi dibawahnya serta setiap cabang Bank Aceh Syariah juga memiliki seorang pimpinan dan beberapa divisi.

4.3 Produk dan Layanan Bank Aceh Syariah

Mencermati perkembangan produk dan layanan Bank Aceh Syariah yang terus memberikan kemudahan kepada nasabah, Bank Aceh Syariah terus melakukan berbagai inovasi dan pembaharuan demi peningkatan kualitas produk dan layanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan berbagai transaksi dan layanan perbankan.

Meningkatkan pelayanan kepada nasabah merupakan prioritas utama Bank Aceh Syariah dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan jujur kepada seluruh nasabah. Dengan keyakinan tersebut, Bank Aceh Syariah senantiasa berupaya meningkatkan kualitas layanan khususnya di *front office* sebagai lini terdepan Bank Aceh Syariah yang mampu memberikan citra terbaik bank di mata nasabah. Sebagai bagian dari upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan dalam memotivasi seluruh *frontliner*, Bank Aceh Syariah juga setiap tahunnya mengadakan *event Bank Aceh Service Excellence Award (BASEA)* yaitu sebuah kompetisi internal bank dalam mencari *frontliner* (kategori *Customer Service*, *Teller* dan *Security*) terbaik, yang mempunyai skill dan selalu konsisten dalam mengimplementasikan Standar Layanan Bank Aceh Syariah.

Selain pelayanan prima yang menjadi prioritas utama, Bank Aceh Syariah juga tidak serta merta mengesampingkan pengembangan fitur produk bank yang menjadi target pasar Bank Aceh Syariah dalam menghimpun dan menyalurkan dana. Bank Aceh Syariah juga terus mengembangkan fitur produk bank untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Berikut adalah beberapa produk dan jasa PT. Bank Aceh Syariah:

A. Penghimpunan Dana

1. Giro

- a. Giro Wadiah; Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah di Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, artinya dana titipan murni nasabah kepada Bank dapat ditarik sewaktu-waktu dengan menggunakan cek dan Bilyet Giro.
- b. Giro Mudharabah; Giro adalah simpanan dalam rupiah Pihak Ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan (misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll). Giro Mudharabah terdiri dari:

- Giro Pemerintah Pusat
- Giro Pemerintah Daerah

- Giro BUMN/BUMD
- Giro Pemerintah Campuran
- Giro Perusahaan Umum (Pribumi)
- Giro Perusahaan Umum (Non Pribumi)
- Giro Yayasan/Badan Sosial/ Koperasi
- Giro Perorangan (Pribumi)
- Giro Perorangan (Non Pribumi)
- Giro Antar Bank
- Giro Lainnya

2. Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan pengelola dana (*Mudharib*). Dalam hal ini *Shahibul Maal* (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

3. Simpanan pembangunan daerah (SIMPEDA IB)

Tabungan SIMPEDA iB adalah tabungan dengan Akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil yang kompetitif (nisbah bagi hasil progresif)

4. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

Tabungan Aneka Guna (TAG) iB adalah tabungan dengan akad mudharabah, dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif..

5. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB merupakan tabungan yang memiliki keunggulan dengan nisbah *Progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

6. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah ditujukan bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat digunakan oleh Bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (*shahibul maal*). Tabungan Firdaus menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tanpa batasan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

7. Tabungan Sahara iB

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah berdasarkan akad

Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni Nasabah kepada Bank.

8. TabunganKu iB

TabunganKu iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan sederhana dan mudah yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

9. Tabungan Pensiun iB

Tabungan Pensiun adalah layanan tabungan bagi Nasabah Pensiun pada PT Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan pelayanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

10. Tabungan Sempel iB

Tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka menumbuhkan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

B. Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Murabahah
2. Pembiayaan Musyarakah
3. Pembiayaan Mudharabah
4. Pembiayaan Qardhul Hasan
5. Pembiayaan Rahn
6. Pembiayaan Ijarah

C. *Mobile Banking* (Action)

Action (Aceh Transaksi Online) adalah *mobile banking* terbaru dari Bank Aceh Syariah guna memberikan kemudahan bertransaksi kapan saja dan dimana saja.

Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis di Appstore dan Playstore, aplikasi ini dilengkapi dengan fitur transaksi yang ringkas dan nyaman sehingga cocok bagi masyarakat.

Pelanggan dapat melakukan registrasi mandiri pada aplikasi Action. Proses registrasi dan login Action *Mobile Banking* dapat langsung dilakukan melalui *smartphone* setelah mengunduh aplikasi Action *Mobile Banking* dari Google Play Store atau Appstore. Dengan Langkah-langkah sebagai berikut registrasi, login, dan membuat MPIN (*Mobile Banking* PIN).

Langkah pertama, registrasi adalah proses verifikasi nomor *handphone*, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh. Jika verifikasi data berhasil, kode OTP akan dikirimkan ke nomor *handphone* nasabah. Selanjutnya nasabah membuat *username* dan *password* sebagai pengenal untuk mengakses aplikasi Action *Mobile Banking*.

Langkah kedua, login terdiri atas *username* dan *password* yang dibua padat saat proses registrasi.

Langkah ketiga, membuat MPIN atau *Mobile Banking* PIN sebagai otorisasi pada saat nasabah melakukan *approval* transaksi di Action. MPIN tidak boleh diketahui orang lain termasuk pihak Bank Aceh.

Apabila terdapat kesulitan dalam melakukan proses registrasi silahkan hubungi *Contact Center* 1500845 atau kunjungi Kantor Cabang atau Cabang Pembantu (Capem) atau Kas Bank Aceh terdekat. Namun, ada beberapa catatan penting yang perlu diketahui nasabah, yaitu pastikan nomor *handphone* dan email yang digunakan dalam keadaan aktif dan sesuai dengan yang terdaftar di Bank. Silakan kunjungi *Customer Service* Bank apabila nasabah akan melakukan pengkinian data. Kemudian, selalu jaga kerahasiaan *username*, *password*, dan MPIN.

Ini merupakan kode pengamanan untuk otorisasi transaksi finansial nasabah. Untuk informasi dan bantuan lebih lanjut, silahkan menghubungi *Contact Center* 1500845.

D. Lainnya

MEPS (*Malaysian Exchange Payment System*), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri. (Bank Aceh Syariah: 2022).

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan *Mobile Banking* Action

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 15-17 Mei 2022. Hasil penelitian diperoleh berdasarkan wawancara dan dokumentasi. Adapun persepsi ini menunjukkan tanggapan, pendapat, dan penilaian pada layanan aplikasi Action secara jelas untuk mengetahui sejauh mana persepsi masyarakat terhadap layanan Action, penulis mengumpulkan data-data menggunakan teknik wawancara ke beberapa masyarakat yang menggunakan aplikasi Action.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat Kota Banda Aceh, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa aplikasi ini sangat membantu mereka dalam melakukan transaksi sehari-hari seperti transfer, pembayaran listrik, pembayaran pulsa, pembayaran wifi, *top up*, dan pembayaran STNK. Adapun fitur-fitur layanan yang ada di aplikasi Action seperti fitur QRIS, E-Wallet, dan fitur Islami sangat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat, karena masyarakat menganggap bahwa aplikasi Action sudah cukup baik dalam membantu kegiatan transaksi sehari-hari tanpa harus datang ke bank untuk melakukan transfer atau lain sebagainya.

Tetapi masih ada juga sebagian dari masyarakat beranggapan bahwa masih banyak kekurangan di dalam aplikasi *mobile banking* Action seperti pada saat mengaktifkan akun yang masih harus datang ke bank untuk melakukan aktivasi, selain harus melakukan

aktivasi ke bank aplikasi ini juga masih sering *error*, serta masih harus melakukan *update* seiring meningkatnya fitur pembayaran seperti pada layanan fitur E-Wallet yang hanya menyediakan layanan pembayaran OVO, Gopay, dan Link Aja yang masih dianggap kurang memadai oleh masyarakat pada masa sekarang. Selain itu masih ada biaya administrasi ketika melakukan beberapa pembayaran yang masih memberatkan bagi masyarakat dan penarikan tunai di ATM yang masih harus menggunakan kartu ATM.

Jika dilihat dari sudut pandang pengalaman masyarakat Kota Banda Aceh dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, peneliti menemukan bahwa masyarakat yang dijadikan informan sudah menggunakan aplikasi *mobile banking* sebelumnya seperti BNI *Mobile* dan BRI *Mobile*, tetapi ada juga dari sebagian masyarakat belum pernah sama sekali menggunakan aplikasi *mobile banking*, untuk aplikasi Action masyarakat Kota Banda Aceh juga sudah menggunakan aplikasi ini dalam transaksi sehari-hari, berbagai fitur didalamnya membuat aktivitas masyarakat menjadi lebih mudah, aman, dan tidak memakan waktu yang lama tergantung dari kualitas jaringan. Selain dari fitur tersebut, masyarakat Kota Banda Aceh juga tertarik pada aplikasi ini karena aplikasi ini merupakan produk dari bank daerah yaitu PT. Bank Aceh Syariah yang diluncurkan pada akhir tahun 2020.

Berdasarkan hasil wawancara diatas agar lebih memudahkan untuk mengetahui persepsi dari masyarakat kota Banda Aceh maka dapat dibedakan menjadi dua sisi yaitu:

Pertama, Persepsi masyarakat yang bernilai positif:

1. Aplikasi Action sudah sangat membantu kegiatan transaksi masyarakat.
2. Layanan yang ditawarkan sudah termasuk lengkap.
3. Menghemat waktu
4. Fitur E-Wallet yang memudahkan masyarakat untuk melakukan *top up*.
5. Dilengkapi dengan fitur islami seperti jadwal sholat dan arah kiblat yang dapat membantu masyarakat untuk melihat arah kiblat dan penyesuaian waktu sholat untuk masyarakat yang berperjalanan jauh.
6. Pembayaran via QRIS yang membantu masyarakat yang tidak membawa uang tunai.
7. Berbagai macam fitur seperti pembelian pulsa listrik, tagihan internet, paket data internet, dan pembayaran STNK yang dapat memudahkan masyarakat.
8. Bisa melakukan pembayaran SPP perkuliahan

Kedua, Persepsi masyarakat yang bernilai negatif:

1. Biaya administrasinya masih dianggap mahal oleh masyarakat.
2. Layanan E-Wallet yang masih belum lengkap.
3. Aktivasi akun masih harus ke bank.

4. Masih terkendala dengan gangguan jaringan.
5. Aplikasi masih sering *error*.
6. Penarikan tunai yang masih harus menggunakan kartu ATM.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan *Mobile Banking Action*

Hasil persepsi positif dan negatif dapat dibuktikan dengan persepsi masyarakat terhadap aplikasi *mobile banking Action* (Aceh Transaksi Online) sudah cukup memuaskan karena dengan adanya aplikasi ini dapat membantu aktivitas masyarakat untuk melakukan segala macam transaksi tanpa harus datang ke bank dan tidak memakan waktu yang lama, karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Action sangat membantu mereka dalam kegiatan bertransaksi sehari-hari, seperti fitur E-Wallet, menu transfer, dan pembayaran lainnya yang sangat sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Tetapi masih ada juga beberapa masyarakat yang beranggapan bahwa aplikasi Action masih terlalu susah untuk digunakan, karena pada aktivasi akun pertama harus ke Bank terlebih dahulu dan aplikasinya juga masih sering *error*.

Pada dasarnya *mobile banking* merupakan aplikasi yang paling efektif dan sangat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke ATM, namun tidak semua nasabah mau menggunakan layanan *mobile banking*. Aplikasi Action dapat menghemat waktu bagi penggunanya, karena pengguna Action

tidak perlu repot-repot menghabiskan waktunya untuk pergi ke Bank Aceh Syariah terdekat atau ke ATM dan mengantri untuk melakukan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan dan lainnya. Transaksi-transaksi tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan dapat dilakukan dimanapun hanya dengan menggunakan *smartphone* sehingga masyarakat bisa menggunakan waktunya dengan efisien untuk melakukan kegiatan yang lain. Para pengguna aplikasi Action mengaku bahwa Action merupakan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat karena layanan ini memberikan kemudahan dan menghemat waktu mereka. Seperti salah satu informan bapak Raiya Ar-Razaq (37 tahun) yang memiliki pekerjaan yang sangat padat, apabila diwaktu pekerjaannya yang padat ia harus melakukan transaksi transfer maka ia tidak perlu lagi bersusah-susah untuk pergi ke Bank atau ke ATM untuk mentransferkan uangnya, ia cukup melakukan transfer melalui layanan *mobile banking* Action tanpa mengganggu pekerjaannya.

Mobile Banking Action menyediakan jasa layanan seperti:

- 1) Informasi Rekening (Informasi Saldo, No Rekening, 5 transaksi rekening terakhir, dan Mutasi Rekening).
- 2) Transfer Dana (Transfer antar BAS, Transfer antar Bank Lain, Transfer antar BAS via *QR Code*).
- 3) Fitur Pembayaran & Pembelian:
 - a) Pembayaran Perguruan Tinggi (Universitas UIN Ar Raniry dan Universitas Teuku Umar)
 - b) Pembayaran Tagihan Listrik PLN (*Postpaid*)

- c) Pembelian Voucher/Token Listrik PLN (*Prepaid*)
 - d) Pembayaran Tiket Garuda Indonesia dan Lion Air, serta Kereta Api Indonesia (KAI)
 - e) Pembayaran Iuran BPJS Kesehatan
 - f) Pembayaran Tagihan Telkomsel Halo (T-Sel *Postpaid*)
 - g) Pembelian Pulsa Telkomsel (T-Sel *Prepaid*)
 - h) Pembelian Data Internet Telkomsel
 - i) Pembayaran Tagihan Internet Indihome
 - j) Pembayaran Tagihan TV Berlangganan Transvision dan MNC Vision
 - k) Top up e-Wallet LinkAja, Gopay, dan OVO
 - l) Pembayaran SAMSAT Aceh.
 - m) Pembayaran Retribusi Pemkot Banda Aceh (e-Setor)
 - n) Pembayaran PDAM
 - o) Pembayaran Zakat & Infak.
- 4) Fitur Pembayaran via QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*)
- 5) Mendukung fitur *biometric* yang memberikan akses lebih aman dan nyaman.
- 6) Fitur Lainnya:
Fitur Lupa *Username/MPIN/Password*. Daftar Favorit Transfer/Layanan, Penggantian *Password* & MPIN, Pengaturan Rekening Sumber Dana yang Digunakan atau menambahkan seluruh rekening tabungan dalam satu aplikasi, Kotak Pesan Transaksi, Penggantian Perangkat,

Unduh Resi Transaksi, Share Resi Transaksi, Jadwal Sholat & Arah Kiblat, Penggantian Perangkat Baru. (Action Mobile, 2022)

Sebagian besar masyarakat Kota Banda Aceh memberikan persepsi yang baik terhadap aplikasi Action karena dapat mempermudah segala macam aktivitas transaksi, seperti pada menu transfer yang merupakan menu yang paling sering diakses oleh masyarakat karena dengan menu ini masyarakat tidak harus datang ke bank atau ke ATM untuk melakukan transfer yang dapat diakses 24 jam. Selain menu transfer ada juga menu E-Wallet untuk melakukan *top up* yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran online seperti link aja, Gopay, dan OVO. Kemudian Action juga dilengkapi juga dengan fitur Islami, ZIS, pembayaran telepon, data internet, pembayaran listrik, PDAM, pendidikan, dan bahkan pembayaran pajak yang biasanya digunakan dalam kalangan masyarakat.

Pada layanan menu transfer, Action bisa mentransfer sejumlah uang ke sesama Bank Aceh Syariah atau bisa juga transfer antar bank lain dengan limit terbatas yang membuat masyarakat tidak harus datang ke bank untuk *face to face* dengan *teller* untuk transfer uang. Dalam hal ini salah satu informan yang bernama bapak Junaidi (42 tahun) memberikan persepsi tentang menu transfer, beliau mengatakan bahwa “Aplikasi ini cukup membantu saya dalam berdagang, karena setiap saya membeli

barang ke supplier menjadi lebih mudah tanpa harus datang ke ATM untuk melakukan transfer uang”.

Persepsi tersebut juga sama dengan yang diteliti oleh Purnama dan Firdausy (2019) bahwa layanan *mobile banking* memenuhi segala macam kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi keuangan. Dengan adanya *mobile banking* nasabah tidak perlu lagi datang ke bank ataupun ATM karena pada saat ini transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui *smartphone*. Misalnya, memeriksa saldo, mutasi rekening, transfer dana antar rekening maupun antar bank.

Pada aplikasi Action layanan E-Wallet hanya bisa menggunakan 3 item *top up*, yaitu LinkAja, Gopay, dan OVO. Masyarakat beranggapan bahwa aplikasi Action harus menambahkan beberapa fitur layanan pada E-Wallet seperti *top up* Shoope Pay, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Fitur E-Wallet dapat diakses 24 jam seperti fitur lainnya, dengan biaya administrasi pada setiap transaksinya. Masyarakat cukup terbantu dengan hadirnya layanan E-Wallet pada aplikasi Action, karena dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan *top up*, seperti yang dirasakan oleh ibu Mita Rezkina (24 tahun) yang memberikan persepsi bahwa: “Fitur E-Wallet dapat mempermudah dalam melakukan *top up* dengan sangat cepat tanpa ada kendala tanpa harus datang ke *Indomaret* atau *Alfamart*”.

Aplikasi Action dilengkapi juga dengan fitur islami yang bisa mempermudah masyarakat dalam melihat arah kiblat dan melihat waktu sholat, terutama pada saat masyarakat berperjalanan jauh yang tidak mengetahui arah kiblat seperti yang dialami oleh bapak Saifullah (29 tahun) ketika berperjalanan jauh beliau sangat terbantu karena dengan adanya layanan tersebut beliau bisa melihat arah kiblat dan jadwal sholat ketika ingin melaksanakan ibadah sholat. Selain itu ada juga fitur ZIS (Zakat Infaq Sedekah) yang membuat masyarakat bisa selalu berbagi kepada sesama tanpa harus *face to face* dengan masyarakat atau tanpa harus datang ke Baitul Mall. Salah satu informan yang bernama ibu Dian Ramadhan (32) memberikan pendapat tentang layanan ZIS pada aplikasi Action, beliau mengatakan: “Action *mobile* memang aplikasi yang sangat membantu dan canggih karena memiliki berbagai fitur Islami yang dapat membantu saya melakukan transaksi pembayaran, bersedakah, dan membayar infaq”.

Selain ibu Dian Ramadhan, ibu Dewi Sahara (25 tahun) juga memberikan persepsi yang sama tentang layanan ZIS pada aplikasi Action, beliau berpendapat bahwa: “Aplikasi ini banyak sekali membantu saya ketika melakukan perjalanan jauh, biasanya suka bingung akan kiblat dimana letaknya, terus jadwal adzan dan sholat pun saya tidak tau, dengan Action ini kita dimudahkan untuk mengetahuinya, itu salah satu contoh keunggulan aplikasi ini diluar dari aktivitas transaksi, dan Alhamdulillah sampai sekarang saya masih puas dengan aplikasi ini”. Ini terbukti bahwa layanan ZIS

pada aplikasi Action cukup membantu masyarakat dan masyarakat pun memberikan persepsi positif terhadap layanan ZIS di aplikasi Action.

Pada menu layanan telepon, ada 3 macam transaksi pembayaran yaitu pembayaran pulsa dengan nominal dari Rp 25.000 sampai Rp 1.000.0000 dengan biaya administrasi Rp 1.500 dan hanya bisa menggunakan operator Telkomsel, XL dan Indosat. Selain itu ada juga layanan pascabayar dan pembayaran telepon rumah. Ada juga layanan data internet dengan daftar paket dari Rp 15.000 sampai Rp 200.000 dengan operator yang tersedia adalah Telkomsel dan XL. Layanan ini sangat membantu ibu Winda (37 tahun) dalam membeli pulsa telkomsel, beliau mengatakan bahwa “aplikasi ini juga dilengkapi dengan layanan telepon yang membuat saya cukup terbantu dalam membeli pulsa *smartphone* tanpa harus datang ke konter pulsa”.

Masyarakat juga sangat terbantu dengan adanya layanan PDAM dan pembayaran listrik yang membuat urusan rumah tangga menjadi lebih gampang dengan layanan ini masyarakat tidak perlu pergi ke tempat pembayaran PDAM, seperti yang dikatakan oleh bapak Rezeki Chandra Syahputra (26 tahun) “Ketika melakukan pembayaran PDAM saya tidak perlu datang lagi ke Indomaret untuk membayar tagihan PDAM, hanya dengan aplikasi ini sudah menghemat waktu tanpa harus antri di Indomaret. Pokoknya aplikasi sudah sangat layak digunakan oleh masyarakat” Selain layanan PDAM, Action juga dilengkapi dengan layanan

pembayaran token listrik, pada fitur layanan pembayaran listrik dilengkapi dengan listrik *prepaid* dan *postpaid* dengan nominal pengisiannya dimulai dari Rp 20.000 sampai Rp 1.000.000. Layanan ini juga membantu aktivitas masyarakat seperti yang dikatakan oleh Yogi Septian (27 tahun) bahwa “Layanan pembayaran listrik membuat saya sangat terbantu tanpa harus keluar rumah untuk melakukan pembayaran listrik. Seperti pengalaman saya pada malam hari yang kehabisan token listrik, saya harus keluar rumah mencari *Indomaret* untuk mengisi token listrik, tetapi sekarang saya tidak perlu cemas lagi karena Action sudah dilengkapi dengan layanan pembayaran listrik yang sangat berguna untuk keperluan sehari-hari”.

Action juga dilengkapi dengan fitur layanan Pendidikan yang bertujuan untuk memudahkan mahasiswa membayar uang perkuliahan, layanan ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa agar tidak perlu lagi antri ke bank untuk membayar uang perkuliahan. Menurut ibu Rizka Azahra (23 tahun) “Action juga membantu saya pada saat melakukan pembayaran uang perkuliahan, biasanya pada jadwal pembayaran SPP perkuliahan Bank Aceh Syariah selalu ramai yang membuat saya harus antri untuk membayar SPP perkuliahan, tetapi setelah saya menggunakan aplikasi Action saya tidak perlu datang lagi ke bank untuk membayar SPP perkuliahan”. Fitur Pendidikan dapat digunakan pada 2 perguruan tinggi di Aceh yaitu UIN Ar-Raniry dan Universitas Teuku Umar.

Pembahasan diatas diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Iriani (2019), menunjukkan bahwa *mobile banking* pada dasarnya digunakan untuk membantu nasabah untuk melakukan transaksi sehari-hari. *Mobile banking* memberikan banyak keuntungan pada nasabah dari segi waktu dan tenaga karena *mobile banking* bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking*. Dari sini dapat diketahui bahwa menurut masyarakat layanan *mobile banking* Action sangat bermanfaat dimata penggunanya. Selain itu ada juga penelitian yang diteliti oleh Deni Widya Santi (2021) mengatakan bahwa *mobile banking* sendiri merupakan layanan yang diberikan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi. Dengan berbagai fitur dan tampilan yang menarik, *mobile banking* mampu memberikan kemudahan bagi pengguna layanan transaksi *mobile banking* seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran asuransi, dan lain-lain.

Pada biaya admistrasi yang masih dianggap mahal oleh masyarakat Kota Banda Aceh, pihak Bank Aceh Syariah memiliki akad wakalah dengan beberapa perusahaan karena ketika melakukan transaksi masyarakat tidak langsung berhubungan dengan perusahaan tersebut melainkan harus melalui pihak Bank Aceh Syariah kemudian Bank Aceh Syariah lah yang berhubungan langsung dengan pihak perusahaan tersebut, jadi urusan administrasi itu merupakan keputusan langsung dari pihak Bank

Indonesia dan perusahaan yang tidak bisa diubah-ubah. Contohnya seperti ketika salah satu informan yang bernama bapak Muammar (25 tahun) membeli pulsa telkomsel dengan biaya administrasi Rp 1.500, pada transaksi tersebut beliau tidak langsung berhubungan dengan pihak telkomsel melainkan harus melalui pihak Bank Aceh Syariah, begitu juga dengan transfer antar bank dimana masyarakat tidak langsung berhubungan dengan pihak tersebut melainkan juga harus melalui pihak Bank Aceh Syariah untuk melakukan transaksi. Hal ini juga diperkuat oleh persepsi dari bapak Hafiz Aulia (22 tahun) beliau mengatakan “Aplikasi Action memang cukup membantu aktivitas masyarakat, tapi biaya administrasi masih cukup mahal untuk kalangan masyarakat yang menengah kebawah, contohnya sekali isi pulsa saya harus bayar Rp 1.500 dan biaya transfer ke Bank lain pun masih cukup mahal”.

Masyarakat juga memberikan persepsi terhadap layanan E-Wallet yang masih kurang dalam fitur pembayarannya, seperti belum adanya pembayaran shoope pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli. Masyarakat beranggapan bahwa Action harus menambahkan fitur-fitur tersebut kedalam aplikasi Action agar masyarakat bisa melakukan pembayaran tanpa harus datang ke Indomaret atau Alfamart. Seperti yang dikatakan oleh ibu Saumi Maqfirah (26 tahun) “Kalau bisa mohon ditingkatkan lagi menu untuk pembayaran *top up* seperti Lazada, blibli, bukalapak, dana, dan Tokopedia. Selebihnya menurut saya aplikasi ini sudah cukup bagus tetapi harus ditingkatkan lagi pada saat pembaruan harus ada

yang lebih menarik lagi agar nasabahnya tidak menabung di bank lain”.

Selain permasalahan fitur layanan diatas, ada juga dari beberapa masyarakat yang masih kurang mengerti tentang fitur-fitur layanan yang ada di aplikasi Action. Seperti yang dirasakan oleh bapak Arinal (25 tahun) beliau mengatakan “Saya sudah download aplikasinya tetapi saya belum terlalu paham layanan apa saja yang ada di aplikasi Action ini, biasanya saya menggunakan aplikasi ini hanya untuk transfer dan cek saldo selebihnya saya kurang mengerti”.

Pada penarikan tunai, Action juga belum memiliki fitur penarikan tunai di mesin ATM, yang membuat masyarakat harus selalu membawa kartu ATM Bank Aceh Syariah untuk melakukan transaksi di mesin ATM, seperti yang dikatakan bapak Haikal (24 tahun): “Action juga belum memiliki fitur tarik tunai yang membuat saya harus selalu membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang di ATM, itu menjadi tolak ukur bagi Bank Aceh Syariah karena BSI sudah menggunakan fitur tarik tunai yang membantu nasabah ketika lupa membawa kartu ATM”.

Kebutuhan nasabah yang beraneka ragam dalam melakukan transaksi perbankan menjadikan Action harus dapat hadir untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut melalui berbagai fitur yang lengkap. Karena masyarakat sudah menganggap bahwa Action merupakan aplikasi yang sangat mudah digunakan dan sangat membantu mereka dalam hal bertransaksi, semua fitur

layanan yang ada diaplikasi Action sangat bermanfaat mulai dari layanan transfer baik itu sesama Bank Aceh Syariah maupun antar bank lain, fitur E-Wallet yang sudah dilengkapi dengan pembayaran (Link Aja, OVO, dan Gopay), fitur pembelian pulsa, internet, listrik, dan PDAM. Selain itu Action juga sudah dilengkapi dengan layanan ZIS yang membuat masyarakat sudah bisa membayar zakat atau bersedekah tanpa harus datang ke Baitul Mal, kemudian Action juga dapat berguna bagi mahasiswa khususnya mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Universitas Teuku Umar karena mereka dapat membayar uang SPP perkuliahan tanpa harus antri ke Bank Aceh Syariah.

Untuk penambahan fitur layanan seperti yang diharapkan oleh masyarakat Kota Banda Aceh yaitu pada pembelian pulsa telepon dan internet agar bisa diakses juga dengan kartu 3 (tri), dan penambahan fitur pembayaran pada e-Wallet (Shoope Pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli), serta pada layanan Pendidikan agar mahasiswa diluar Universitas UIN Ar-Raniry dan Universitas Teuku Umar dapat mengakses juga fitur ini. Semua itu tergantung pada pihak Bank Aceh Syariah agar bisa memperluas relasi atau kerja sama dengan pihak yang lain. Agar fitur layanan bisa selalu *update* dan bisa menghilangkan persepsi tidak baik dalam kalangan masyarakat pada aplikasi Action karena tujuan utama dari aplikasi Action adalah untuk membantu segala aktivitas transaksi didalam kalangan masyarakat.

Jadi, dengan penggunaan layanan *mobile banking* masyarakat Kota Banda Aceh sudah tidak perlu lagi mengantri di Bank untuk melakukan transaksi perbankan, tetapi hanya dengan menggunakan *smartphone* masyarakat sudah bisa melakukan transaksi tersebut. Inilah yang menjadi alasan masyarakat tertarik menggunakan layanan *mobile banking* Action. Kekurangan yang masih sering terjadi pada Action yaitu secara sistem masih dibutuhkan banyak penyempurnaan misalnya jaringan mendadak *offline* yang mengakibatkan transaksi tidak dapat diproses serta waktu loading aplikasi cukup lama. Selain itu masyarakat juga berharap kedepannya Action bisa menjadi salah satu aplikasi transaksi terbaik di Aceh melalui perbaikan pada layanan E-Wallet yang masih dianggap kurang memadai seperti belum adanya Shoope Pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli. Pada fitur Pendidikan juga perlu penambahan seperti penambahan Universitas, sedangkan pada fitur Telepon dan Internet layanan kartu Indosat dan 3 (Tri) belum ada lagi yang membuat masyarakat masih harus ke kiosk pulsa untuk membeli data internet, dan Action juga belum ada fitur penarikan tunai di ATM yang membuat masyarakat harus selalu membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang, serta memunculkan inovasi terbaru agar masyarakat tidak pindah ke bank lain. Hal ini juga sama dengan yang diteliti oleh Fransisca (2021) mengatakan bahwa meskipun ada beberapa kendala dalam penggunaan atau bahkan pada fitur-fiturnya namun nasabah tetap menggunakan layanan ini karena dengan alasan memudahkan dalam

bertransaksi, menghemat waktu, biaya transfer murah, dan juga cek saldo mudah.

Persepsi dari pihak lain juga muncul, yaitu dari salah satu karyawan Bank Aceh Syariah, beliau mengatakan bahwa Action sudah menjadi *preferensi* didalam kalangan masyarakat Kota Banda Aceh karena berbagai fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Action sangat membantu kegiatan bertransaksi mereka mulai dari transfer, pembelian pulsa, data internet, token listrik, QRIS, pembayaran PDAM, dan lain sebagainya. Tetapi dibalik itu semua masih ada kendala yang dialami masyarakat yang pertama yaitu sistem jaringan yang bermasalah meliputi jaringan internet ataupun *mobile banking* itu sendiri.

Kemudian keterbatasan pengetahuan dan kemampuan khususnya bagi yang belum menggunakan aplikasi Action menjadi penghambat dalam menjalankan aplikasi tersebut, dalam mengatasi kendala yang dialami masyarakat, pihak bank akan melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat seperti terkait masalah penggunaan teknologi dan sebagainya, memberikan informasi-informasi yang menguntungkan kepada masyarakat dan meyakinkan masyarakat terkait kemudahan bertransaksi dengan Action serta akan berupaya mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan jaringan telekomunikasi. Pihak bank juga selalu melakukan evaluasi terkait penggunaan Action oleh masyarakat dengan melakukan perbaikan-perbaikan untuk menghindari terjadinya kesalahan sistem yang dapat merugikan masyarakat, tak lupa juga

pihak bank akan menanyakan kepada masyarakat terkait pengalaman bertransaksi dengan menggunakan Action termasuk kritik dan saran masyarakat sehingga jika terdapat kendala akan segera dapat diselesaikan oleh pihak bank, serta memberikan informasi lebih lengkap mengenai keunggulan transaksi dengan Action untuk meningkatkan jumlah masyarakat yang menggunakan aplikasi Action.

Jadi, masyarakat saat ini membutuhkan sesuatu yang sederhana, hemat waktu, dapat diakses dari mana saja, dan aman. Masyarakat sekarang tertarik pada produk apabila itu tidak menghabiskan banyak waktu dan menguntungkan bagi mereka, ini merupakan peluang besar bagi pihak Bank Aceh Syariah untuk mempromosikan dan mengembangkan produk *mobile banking* Action pada masyarakat. Oleh karena itu, sistem layanan *mobile banking* Action yang disediakan oleh pihak Bank Aceh Syariah dapat membuat transaksi menjadi lebih nyaman dan praktis, layanan *mobile banking* Action mampu memberikan aksi nyata dengan meminimalisir jumlah nasabah yang datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Tetapi pihak Bank Aceh Syariah juga harus melakukan perbaikan agar tidak ada lagi persepsi negatif yang muncul pada kalangan masyarakat agar masyarakat selalu merasa nyaman pada saat mengakses aplikasi Action tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sebagian besar persepsi masyarakat terhadap aplikasi Action Bank Aceh Syariah bernilai positif dibandingkan dengan persepsi yang bernilai negatif. Persepsi positif ini dapat dilihat dari pendapat masyarakat mengenai layanan Action yang memudahkan masyarakat dalam aktivitas perbankan mulai dari transfer dana, informasi saldo, QRIS, *top up*, pembelian pulsa *smartphone* atau paket internet dan pembayaran tagihan yang dapat diakses 24 jam. Kemudian ada juga sebagian dari masyarakat yang memberikan persepsi negatif karena aplikasi Action biaya administrasinya masih cukup mahal, kurangnya fitur pembayaran pada layanan e-Wallet, dan aplikasinya masih sering *error*, serta pada aplikasi Action yang belum menggunakan fitur layanan penarikan tunai. Tetapi hal itu semua tidak mengganggu masyarakat untuk terus menggunakan aplikasi Action, karena masyarakat menganggap bahwa aplikasi ini membantu mereka dalam aktivitas transaksi sehari-hari dan bisa menghemat waktu mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, berikut ini adalah saran yang dapat penulis sampaikan selama penulis melakukan penelitian ini:

1. Saran Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap layanan *mobile banking* Action, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Saran Bagi Praktis

a) Saran Bagi Praktisi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan wawasan penulis tentang layanan *mobile banking*.

b) Saran Bagi Para Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai layanan *mobile banking* Action bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

3. Saran Bagi Kebijakan

Memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan layanan *mobile banking* Action yang baik dan efektif untuk diterapkan sesuai dengan kebijakan PT. Bank Aceh Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, Melfi. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Al-Qur'an dan Terjemahan.
- Ambarwati, Indri. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Generasi Millennial Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 1441 H / 2020 M.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah (dari Teori ke Praktik)*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Apriyanti, Hani Werdi. (2017). *Jurnal Vol 1, No 1 Perkembangan Industri Perbankan Syariah DiIndonesia: Analisis Peluang dan Tantangan*. Fakultas Ekonomi UNISSULA.
- AW Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu (Bandung: Ikhlas Media).
- Bank Aceh. 2022
- Barata, Atep Adya. (2006). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Ketiga. Penerbit: Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daulay, Nursakinah. (2014). *Pengantar Psikologi Dan Pandangan Al-Quran Tentang Psikologi*. Jakarta: Prenada media Group.
- Djoyohadikusumo. (2012), *Pengertian Teknologi Generasi Milenial*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Espinazo, Chip & Joel Schwarzbart. (2018). *Millennials Who Manage*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. (2013). *Perilaku Konsumen*. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia
- Fransisca, Dita. (2021). *Analisi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online pada BSI Kantor Cabang Kediri*. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Harish, Irfan Nur Ahmadi. *Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi. (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: 2017).
- Hidayat, Andi. (2018). *Metode Pendidikan Islam Untuk Generasi Millennial*. Fenomena. No 1. Volume 10.
- Humrah. *Persepsi Masyarakat Desa Teluk Payo Terhadap Acara Warta Sumsel Di TVRI*. Skripsi. (Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang: 2017).
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irianto, Mohammad. (2014). *Prosedur Audit Operasional Bank: Audit Terapan Berbasis Risiko*. Ikhlas Media.
- Kasmir. (2011). *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Khusna, Umimma Khoirotul. (2016). *Persepsi Pengunjung Terhadap Pertunjukan Live Music Di Kampayo Xt Square Yogyakarta*. Tugas Akhir: Jurusan Pendidikan Seni Musik Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.

- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Buku. Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UIP.
- Misbahudin, Iqbal Hasan. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta. Bumi Aksara
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras. Yogyakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2015). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nur 'aini, Hanifah. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Minat Muzakki untuk menyalurkan Zakat Profesi pada PKPU Cabang Yogyakarta*. skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Nurastuti, Wiji. (2011). *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Prakosa, Andy dan Ahsan Sumantika. (2019). Jurnal Vol 9, No 2 *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking*. Universitas PGRI Yogyakarta
- Prayogi, Geni. (2018). *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT. Kai Subdivre IV Tanjung Karang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 1439 H / 2018 M.
- Purnama, Adi dan Carunia M. Firdausy. (2019). Jurnal Vol 3 No 3. *Faktor Determinan Informasi Pengguna Mobile Banking Bank XYZ*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara.

- Rahmadani. (2015). Jurnal Vol 3 No 2. *Persepsi Guru Terhadap Kompetensi Sosial*. Jurusan Administrasi Pendidikan FIP Universitas Negeri Padang.
- Rahmawati, Destiana.(2018). *Millenials and I-Generation Life*. Yogyakarta: Laksana.
- Rahmayanty, Nina, (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, Rizki. (2013). *Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Cabang BSD*. Skripsi Dipublikasikan. (Online). Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sarlito, W. Sarwono. (2014). *Psikologi Lintas Budaya*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenda Media.
- Siagian, Sondang P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Soekidjo, Notoadmodjo. (2010). *Metode Penelitian kesehatan*, edisi revisi. Jakarta. Rinneka cipta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV Alfabeta

- Supriyono, Maryanto. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi.
- Walgito, Bimo. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia*. Jurnal Manajemen DeReMa.
- Wiratha, I Made. (2006). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi
- Wulandari, Novita Putri. *Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Mobile Banking di Bandung, Bisnis dan Iptek* Vol.10. No.2. Oktober 2017.
- Zaenal, Daryanto dan Ismanto Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Zamroni. (2013). *Pendidikan Demokrasi Pada Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: Penerbit Ombak

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar Wawancara

Pedoman Wawancara

Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action) (Studi Persepsi Pada Generasi Milenial)

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah?
2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?
3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh dalam seminggu?
4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?
5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?
6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?
7. Keuntungan apa sajakah yang bapak/ibu temukan di aplikasi Action Bank Aceh?
8. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Lampiran 2

Hasil Wawancara

Narasumber : Burmawi (01)

Jabatan : Mahasiswa

Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: iya, saya menggunakan aplikasi tersebut

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Menurut saya aplikasi ini cukup membantu saya dalam melakukan berbagai macam transaksi, karena saya tidak harus ke bank untuk melihat saldo, melakukan pengiriman uang dan penarikan uang.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Tergantung kebutuhan, biasanya seminggu bisa 2 sampai 3 kali

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sangat setuju, karena tujuan aplikasi ini kan untuk mempermudah nasabahnya jadi sudah seharusnya masyarakat menggunakan aplikasi ini agar lebih cepat melakukan kegiatan transaksi.

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Alhamdulillah sudah dijelaskan oleh pihak *customer service*

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer dan mutasi rekening

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Sejauh ini tidak ada, kalau masalah jaringan lancar-lancar saja

Narasumber : Reza Ade Oky (02)
Jabatan : Pedagang
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Menurut saya aplikasi Action ini sangat memudahkan saya dalam belanja, contohnya seperti pemakaian fitur QRIS karena dengan adanya fitur ini segala kebutuhan pembayaran menjadi lebih mudah cukup dengan menggunakan kode batang sudah bisa melakukan pembayaran

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Biasanya seminggu 4 sampai 5 kali saya menggunakan aplikasi Action

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju, karena masyarakat tidak perlu antri di bank untuk melakukan transaksi dan cek saldo pun menjadi lebih mudah.

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Alhamdulillah sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur QRIS dan transfer

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Untuk jaringan tidak ada kendala sama sekali, mungkin hanya pada penambahan pada pembayaran paket internet yang masih belum lengkap

Narasumber : Hafiz Aulia (03)

Jabatan : Mahasiswa

Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Menurut saya, aplikasi Action memang cukup membantu aktivitas masyarakat, tapi biaya ADM masih cukup mahal untuk kalangan masyarakat yang menengah kebawah, contohnya sekali isi pulsa saya harus bayar Rp 1.500 dan biaya transfer ke Bank lain pun masih cukup mahal

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3 kali seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju, tapi biaya ADM nya dihapuskan saja

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Pembayaran telepon dan listrik

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Menurut saya kendalanya yaitu biaya ADM yang masih cukup mahal dan masih sering error

Narasumber : Martunis (04)
Jabatan : Karyawan Rumah Sakit
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya saya menggunakan aplikasi Action

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Untuk aplikasi Action bagi saya sangat berguna dan praktis untuk digunakan sebagai alat pembayaran, hanya saja butuh ditingkatkan penambahan menu tertentu dan yang terpenting meminimalisir bug yang muncul pada aplikasi Action.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Hampir 4 kali seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju, karena tujuan aplikasi inikan untuk mempermudah transaksi nasabah

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Belum terlalu mengetahui

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur yang sering saya gunakan transfer, cek saldo, dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Aplikasinya masih sering *error*

Narasumber : Saifullah (05)
Jabatan : Pegawai Negeri Sipil
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Menurut saya Aplikasi ini mudah dan nyaman pada saat digunakan, banyak fiturnya dan lengkap, yang saya suka pada aplikasi Action ini adalah layanan islaminya seperti jadwal sholat dan arah kiblat yang sangat berguna, tampilannya pun bagus, dan pada saat membuat akun juga mudah.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Mungkin 3-4 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sangat setuju, karena segala aktivitas menjadi lebih mudah

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur yang sering saya gunakan beragam, mulai dari tranfer, E-Wallet, dan pembayaran token listrik

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Sejauh ini belum ada kendala yang saya dapatkan

Narasumber : Dian Ramadhan (06)
Jabatan : Guru
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Menurut saya Action *mobile* adalah aplikasi yang sangat membantu dan canggih serta memiliki berbagai fitur islami yang dapat membantu saya sebagai guru di madrasah untuk melakukan transaksi pembayaran, bersedakah, dan membayar infaq. Selain itu pada saat melakukan pendaftaran tidak susah dan cukup mudah, jadi makin senang dan nyaman apalagi setelah di update, tidak salah saya memilih Action sebagai layanan melakukan transaksi dan menabung, urusan transfer pilih saja Action.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Biasanya 5-6 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju, karena aplikasi ini membuat masyarakat tidak harus ke bank untuk melakukan transaksi

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Alhamdulillah sudah, tetapi ada sebagian fitur yang masih sulit saya mengerti seperti ganti akun

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur yang sering saya gunakan adalah menu transfer, E-Wallet, dan ZIS

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Alhamdulillah sejauh ini belum mendapatkan kendala apa-apa

Narasumber : Misbah (07)
Jabatan : Karyawan Ponsel
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Action adalah aplikasi yang kacau, mau aktivasi saja berbelit-belit lama sekali. Tiap kali memasukkan nomor telepon dan kode aktivasi selalu salah padahal menurut saya itu sudah benar semuanya. Jadi harus ke *call center* lagi dan terus berulang-ulang menghabiskan pulsa saya saja. Untuk pihak Bank Aceh Syariah tolong ditingkatkan lagi dan diperbaiki lagi aplikasinya.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: Seminggu sekali

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Tidak setuju, karena aplikasi ini tidak dapat saya akses dan aplikasi sering error

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Belum

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Hanya transfer

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Ketika aktivasi akun masih susah karena harus ke bank dan aplikasi ini pun masih error atau terkendala masalah jaringan

Narasumber : Muammar (08)
Jabatan : Pedagang
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini sangat bagus, semua fitur transaksinya, fitur islami, dan fitur berbagi ada semua di aplikasi Action ini Terus juga mudah buat aktivasinya pokoknya praktis, saya sudah sangat puas dengan pelayanannya yang mudah dan cepat serta banyak pilihan top up e-wallet jadi memudahkan kita dalam bertransaksi, semoga setiap bulan ada pembaruan yang lebih menarik

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 6-7 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sangat setuju, karena aplikasi ini sangat membantu segala bentuk transaksi yang ada di Bank

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Seperti menu tranfer, pembayaran listrik, top up Dana

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Imam (09)
Jabatan : Pedagang
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi minta selalu di *update*, namun setelah di *update* loading nya sangat lama, akhirnya di *uninstall* lalu saya *instal* ulang, setelah masuk diminta aktivasi lagi, dicoba aktivasi dengan mengirimkan SMS, ternyata lagi perbaikan, diminta menghubungi *call center* setelah dihubungi dan disampaikan data rahasia ujung-ujungnya diminta transaksi terakhir, dan saya tidak ingat karena kejadiannya 3 hari yang lalu semenjak percobaan aktivasi dengan SMS saya belum dapat saya gunakan lagi, tetapi setelah ke Bank untuk melakukan perbaikan akhirnya saya bisa mengaktifkan Action. Selain itu Action juga belum memiliki fitur tarik tunai yang membuat saya harus selalu membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang di ATM, itu menjadi tolak ukur bagi Bank Aceh Syariah karena BSI sudah menggunakan fitur tarik tunai yang rmbantu nasabah ketika lupa membawa kartu ATM.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju, tapi terlalu susah pada aktivasi akun pertama

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Belum

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Pada aktivasi akun masih terlalu ribet dan masih sering error



Narasumber : Junaidi (010)
Jabatan : Pengusaha
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini cukup membantu saya dalam berdagang, karena setiap saya membeli barang ke supplier menjadi lebih mudah tanpa harus datang ke ATM untuk melakukan transfer uang, cukup membuka Action semua masalah transaksi siap dengan cepat. Semoga biaya transfer antar bank semakin murah dan limit transfer ke bank lain menjadi lebih bayar.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Belum

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Masih ada limit untuk tranfer, selain itu sudah cukup bagus

Narasumber : Winda (011)
Jabatan : Dokter
Tanggal : 15 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi Action ini sangat bagus, selain membuka rekeningnya cepat juga mudah dalam menggunakannya. Selain itu aplikasi ini aman dan nyaman pada saat digunakan. Kenyamanan ketika saya memakai aplikasi ini yaitu banyak fitur yang ditawarkan. Ada fitur QRIS jadi bisa transaksi *cashless*, dan ada juga fitur islaminya.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 3-4 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Alhamdulillah sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer dan QRIS

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Belum ada kendala yang saya rasakan saat ini

Narasumber : Raiya Ar-Razaq (012)
Jabatan : Guru
Tanggal : 16 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi bank aceh *mobile* sangat simple tapi sangat lancar ketika digunakan, bagi saya aplikasi ini sangat membantu untuk transfer uang tetapi harus diringankan juga biaya ADM transfer ke bank lain, dan untuk layanan yang ditawarkan juga cukup memadai. Saya berharap kedepannya bisa bayar virtual account seperti Tokopedia dan Shopee

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer dan E-Wallet

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Belum ada

Narasumber : Saumi Maqfirah (013)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 16 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini sudah cukup membantu saya dalam kegiatan bertransaksi tapi kalau bisa mohon ditingkatkan lagi menu untuk pembayaran toko online dan top up uang seperti Traveloka, Lazada, blibli, bukalapak, dana, dan Tokopedia untuk setiap transaksi untuk tidak dikenakan biaya apapun pada saat melakukan transaksi. Selibhnya menurut saya aplikasi ini sudah cukup bagus tetapi harus ditingkatkan lagi pada saat pembaruan harus ada yang lebih menarik lagi agar nasabahnya tidak menabung di bank lain

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Seperti fitur menu transfer, pembayaran pulsa, dan listrik.

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Sejauh ini tidak ada, hanya saja ada beberapa penambahan pada fitur E-Wallet

Narasumber : Rezky Chandra Sahputra (014)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 16 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Semenjak saya menggunakan aplikasi ini semua urusan transaksi menjadi lebih mudah dan praktis, segala bentuk layanan yang ditawarkan sudah cukup banyak seperti pembayaran E-Wallet, Indihome, dan bahkan ketika saya memperpanjang masa STNK saya pun sudah bisa melalui aplikasi bank aceh *mobile* ini. Pokoknya aplikasi sudah sangat layak digunakan oleh masyarakat Aceh.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 4-5 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sangat setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Menu transfer, E-Wallet, pembayaran listrik, mutasi rekening, dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Belum ada kendala yang saya dapatkan

Narasumber : Zulbatmi (015)
Jabatan : Pegawai Negeri Sipil
Tanggal : 16 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasinya tidak jelas, ketika saya top up E-Wallet struknya sudah berhasil tetapi saldo E-Walletnya belum masuk, sudah saya laporkan di nomor *call center* tapi tidak menemukan kejelasan, ini bukan sekali saja tapi sebelumnya juga pernah kejadian seperti ini, yaitu pada saat transfer ke bank lain struknya keluar tapi saldonya tidak masuk.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 5-6 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: E-Wallet, transfer, pembayaran listrik, listrik, dan telepon

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Mita Rezkina (017)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini sangat mudah dan cepat dilengkapi dengan banyak fitur yang super lengkap. Tentunya juga aman dan nyaman pada saat digunakan untuk bertransaksi secara online. Sangat direkomendasi untuk didownload karena dilengkapi berbagai fitur yang canggih seperti fitur transaksi, fitur islami, dan fitur berbagi. Tak lupa juga sudah ada Fitur E-Wallet dapat mempermudah dalam melakukan top up dengan sangat cepat tanpa ada kendala tanpa harus datang ke indomare atau alfamart.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 5 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur transfer, paket internet, dan token listrik

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Rizka Azzahra (018)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasinya aman dan nyaman ketika digunakan, mudah dan cepat juga. Banyak fitur yang lengkap didalamnya. Sangat berguna dan praktis, top up E-Walletnya pun lumayan lengkap, dan ada fitur QRIS yang bisa digunakan pada saat melakukan transaksi cukup menampilkan kode batang proses transaksi sudah selesai. Ada juga fitur islaminya seperti pembayaran infaq dan zakat menjadi lebih mudah, pokoknya tidak kalah saing dengan aplikasi bank lainnya

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 4-5 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur E-Wallet, transfer, dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Yogi Septian (019)
Jabatan : Wiraswasta
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini mudah dan cepat serta aman pada saat digunakan. Terdapat fitur-fitur yang menarik dan tentunya lengkap. Aktivasinya mudah dan layanannya juga cepat tetapi tergantung juga pada kualitas layanan yang kita gunakan, sangat cocok untuk kaum milenial dalam hal melakukan transaksi tanpa harus antri ke bank, terus ada tambahan fitur islami yang sangat berguna untuk keperluan sehari-hari.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 5-6 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur transfer dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Bukhari (020)
Jabatan : Guru
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Dengan aplikasi bank aceh *mobile* sangat membantu dalam bertransaksi di era digital. Tetapi untuk proses aktivasi nya harus tetap datang ke kantor cabang. Hal ini saya rasa kurang efisien kalau masih harus ke Bank, selebihnya aplikasi ini sangat membantu saya dalam melakukan transaksi dan ada juga layanan pembayaran token listrik yang sangat berguna.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 3-4 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Transfer, pulsa, dan listrik

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Mutiara Chitra (021)
Jabatan : Pedagang
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Tidak rugi saya download aplikasi ini, mudah dan cepat aplikasinya. Selain itu aplikasi ini aman ketika digunakan serta banyak fitur yang ditawarkan. Ketika aktivasinya juga gampang dan mudah, untuk tampilannya cukup bagus dan informasinya juga lengkap. Aplikasi dan fitur-fiturnya sangat lancar ketika digunakan dan transaksinya juga lancar.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2-3 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur transfer dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Leli Nahlul Muna (022)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Alhamdulillah aplikasinya sangat bagus dan sangat memudahkan konsumen untuk melakukan berbagai transaksi, sangat banyak layanan yang didalam aplikasi Action ini, salah satu contohnya yaitu fitur E-Wallet yang memudahkan anak muda seperti untuk melakukan top up, namun saya berharap ada penambahan di fitur E-Wallet ini seperti shopeepay dan dana.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 3 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Transfer, pulsa, dan E-Wallet

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Jaslidar (023)
Jabatan : Guru
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini sangat membantu sekali untuk keperluan sehari-hari, tidak harus ke bank lagi untuk melakukan transfer uang atau cek saldo, tapi pada saat melakukan pembayaran seperti isi pulsa, token listrik itu diminta biaya administrasi nya, untuk kedepannya saya berharap tidak ada lagi biaya administrasi nya sehingga menghemat pengeluaran, terus sudah ada juga layanan islaminya yang sangat berguna bagi saya ketika mudik antar kota.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 4-5 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Transfer, mutasi rekening, dan pembayaran pulsa

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Kendalanya di biaya administrasi yang masih mahal

Narasumber : Arinal (024)
Jabatan : Pedagang
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Saya sudah download aplikasinya tetapi saya belum terlalu paham layanan apa saja yang ada di aplikasi Action ini, biasanya saya menggunakan aplikasi ini hanya untuk transfer dan cek saldo selebihnya saya kurang mengerti, tetapi aplikasi ini cukup membantu saya dalam bertransaksi dan tidak harus ke bank.

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 2 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Fitur transfer dan mutasi rekening

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Tidak ada

Narasumber : Lolia Ulha (025)
Jabatan : Mahasiswa
Tanggal : 17 Mei 2022

1. Apakah bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Iya

2. Bagaimana persepsi bapak/ibu tentang hadirnya aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Aplikasi ini sudah sangat membantu saya untuk bisa cek uang masuk dan keluar serta transfer dengan mudah, tapi untuk pengisian pulsa pemotongannya sangat mahal, justru lebih murah di Alfamart. Dan untuk transfer ke bank lain biayanya juga mahal. Bisa dibilang lebih mahal biaya admin dari pada bunga dari bank, untuk layanannya sudah bagus dan juga mudah digunakan

3. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan aplikasi Action Bank Aceh Syariah dalam seminggu?

Jawaban: 3-4 kali dalam seminggu

4. Apakah bapak/ibu setuju dengan adanya aplikasi Action mempermudah kegiatan transaksi masyarakat di Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Setuju

5. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui fitur-fitur yang ada didalam aplikasi Action Bank Aceh Syariah?

Jawaban: Sudah

6. Fitur-fitur apa saja yang sering bapak/ibu gunakan di aplikasi Action?

Jawaban: Transfer, E-Wallet, listrik, pulsa, dan internet

7. Apa saja kendala yang bapak/ibu temukan dalam aplikasi Action Bank Aceh?

Jawaban: Biaya administrasi yang masih mahal

Lampiran 3
Daftar Gambar



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 8

Lampiran 4

Persetujuan Publikasi

Berikut ini adalah link persetujuan publikasi identitas informan:

<https://bit.ly/3bRHARd>

