

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN
ACTION (ACEH TRANSAKSI *ONLINE*) PADA PT. BANK
ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**RIFANABILA
NIM. 190603072**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rifanabila

NIM : 190603072

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : 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 pemanipulasian dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan 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, 27 November 2023

Yang Menyatakan



The image shows a 10,000 Indonesian Rupiah revenue stamp (Meteral Temporer) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMPER' and '10000'. The signature is in black ink and appears to be 'Rifanabila'.

(Rifanabila)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Action (Aceh Transaksi Online) Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

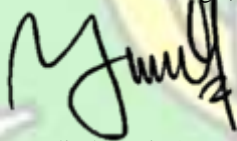
Disusun Oleh:

Rifanabila

NIM: 190603072

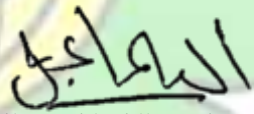
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Yulindawati, S.E., M.M.
NIP. 197907132014112002

Pembimbing II,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Mengetahi,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan *Action* (Aceh Transaksi Online) Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

Rifanabila
NIM: 190603072

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji 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) dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jum'at 24 November 2023 M
11 Jumadil Awal 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Yulindawati, S.E., M.M.
NIP. 197907132014112002

Sekretaris,

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Penguji I,

Khairul Amri, S.E., M.Si.
NIDN. 0106077507

Penguji II,

Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si.
NIP.197612172009122001

Mengetahui,

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

Prof. Dr. Hafis Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh 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 : Rifanabila
NIM : 19060314072
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : rifanabila456@gmail.com

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

Tugas Akhir KKU Skripsi (*tulis jenis karya*)

ilmiah) yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*): Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan *Action* (Aceh Transaksi *Online*) Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh ilmiah:

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 tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 24 November 2023

Mengetahui,

Penulis

Rifanabila
NIM: 190603072

Pembimbing I

Yulindawati S.E., M.M. NIP.
197907132014112002

Pembimbing III

Ismail Rasvid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Action (Aceh Transaksi Online) Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh**”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam- dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan saran dalam penelitian ini.
3. Inayatillah, M.A., Ek sebagai sekretaris jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Hafizh Maulana, SP., SHi., M. E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staff Laboratorium

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry.

5. Yulindawati, SE., M.M. selaku Pembimbing I dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku Pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta telah membantu memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku Penasehan Akademik (PA) yang telah banyak memberikan arahan dan sudah meluangkan waktu, gagasan, bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Staf dan Dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak membantu dalam proses serta pembuatan skripsi ini.
8. Dengan rasa hormat, cinta dan kasih sayang sedalam-dalamnya penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua terhebat. Ayahanda Anisrullah S.T. dan ibunda Rosmidani. Beserta Abang Adrian Zubairi, S.T. beserta Adik Hasya Nazifa, atas segala doa, cinta, kasih sayang, dorongan, perjuangan dan pengorbanan sehingga penulis dapat menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah ini.
9. Kepada teman-teman kampus seperjuangan Cut Jihan Fathira, Irzatul Fira, Siti Elvira Aisyah, Assyifa Fatma Syauqa, dan Azira Shavina yang selalu kebersamaan selama 4 tahun perkuliahan dan memberi kenangan masa-masa dunia perkuliahan yang happy dan baik serta semua hal-hal baik

yang terjadi, terimakasih.

10. Kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2019 yang sangat sering membantu dalam banyak hal, yang telah menemani indahnyanya perjuangan meraih sarjana selama 4 tahun ini dengan keadaan senang dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segalanya. Semoga kesuksesan segera menghampiri kita.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 19 November 2023

Penulis,



Rifanabila

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/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	هـ	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	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:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

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
اَ/يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ/يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ/يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

c. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

d. Ta *marbutah* (ة) mati

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

e. 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah*
alMadīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : *Talḥah*

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 Mahasiswa : Rifanabila
NIM : 190603072
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan *Action* (Aceh Transaksi *Online*) Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh
Pembimbing I : Yulindawati, S.E., M.M.
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.

Industri perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara. Teknologi berkembang sangat pesat dan semakin modern, perusahaan juga banyak mengembangkan kerjanya, seperti dalam sektor informasi dan sektor inilah yang membuat perbankan menjadi teradopsi, salah satunya layanan dalam jasa perbankan yang menggunakan *smartphone* yaitu *Mobile Banking*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja persepsi nasabah terhadap layanan *Action* (Aceh Transaksi *Online*) pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, dan untuk mengetahui dampak kualitas layanan terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking Action* pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi nasabah terhadap layanan *Action* sudah bernilai baik bagi banyak nasabah yang memberikan persepsinya karena *M-Banking Action* bermanfaat dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dibandingkan dengan persepsi tidak baik yang hanya dinyatakan beberapa nasabah saja karena fitur yang terdapat dalam *Action* masih kurang lengkap. Kualitas layanan juga berdampak terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking Action*, karena masih ada beberapa nasabah yang masih kurang yakin dalam menggunakan *Action* jika layanan yang diberikan buruk dan masih ada yang merasa kurang aman dalam menggunakan aplikasi *Action*.

Kata Kunci: Persepsi, Kualitas Layanan, Mobile Banking Action

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	viii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Bank Syariah.....	15
2.1.1 Definisi Bank Syariah	15
2.1.2 Perkembangan Bank Syariah.....	16
2.1.3 Keistimewaan Bank Syariah	19
2.1.4 Fungsi dan Tujuan Bank Syariah	20
2.1.5 Produk dan Jasa Bank Syariah	21
2.2 <i>Mobile Banking</i>	25
2.2.1 Definisi <i>Mobile Banking</i>	25
2.2.2 Indikator <i>Mobile Banking</i>	27
2.2.3 Kelebihan <i>Mobile Banking</i>	29
2.2.4 Kekurangan <i>Mobile Banking</i>	30
2.2.5 Cara Kerja <i>Mobile Banking</i>	31
2.2.6 Manfaat dan Dampak Pengguna <i>Mobile Banking</i> ..	32
2.2.7 Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	34
2.3 Nasabah.....	36

2.3.1 Definisi Nasabah	36
2.3.2 Kepuasan Nasabah	37
2.3.3 Jenis jenis Nasabah.....	38
2.3.4 Pihak pihak yang Termasuk Nasabah	39
2.4 Persepsi	40
2.4.1 Definisi Persepsi.....	40
2.4.2 Persepsi Kemanfaatan	42
2.4.3 Persepsi Kemudahan	43
2.4.4 Persepsi Kepercayaan.....	45
2.4.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	46
2.4.6 Aspek-Aspek Dalam Persepsi	49
2.4.7 Unsur-unsur Persepsi	50
2.4.8 Sifat Persepsi.....	51
2.4.9 Proses Pemahaman Persepsi	52
2.4.10 Prinsip Prinsip dalam Persepsi Nasabah.....	53
2.4.11 Macam-macam Persepsi Nasabah	55
2.5 Kualitas Layanan	56
2.5.1 Definisi Kualitas Layanan.....	56
2.5.2 Indikator Kualitas Layanan	57
2.5.3 Kualitas Layanan Dalam Pandangan Islam.....	59
2.5.4 Manfaat Kualitas Layanan	61
2.5.5 Dampak Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nasabah	62
2.6 Penelitian Terdahulu	63
2.7 Kerangka Pemikiran	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Jenis dan Metode Penelitan.....	72
3.2 Lokasi Penelitian.....	73
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	74
3.3.1 Objek Penelitian	74
3.3.2 Subjek Penelitian.....	74
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	75
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.6 Teknik Analisis Data	80
BAB IV.....	83
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	83
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83

4.1.1 Profil Singkat Bank Aceh Syariah.....	83
4.1.2 Visi, Misi, Motto dan Logo Bank Aceh Syariah....	88
4.2 Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah	90
4.3 Produk dan Layanan Bank Aceh Syariah	92
4.4 <i>Action Mobile Banking</i>	97
4.5 Hasil Penelitian	101
4.5.1 Layanan <i>Mobile Banking Action</i> (Aceh Transaksi Online).....	102
4.5.2 Persepsi Kemanfaatan	104
4.5.3 Persepsi Kemudahan	109
4.5.4 Persepsi kepercayaan	112
4.6 Pembahasan	115
4.6.1 Persepsi Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile Banking Action</i>	115
4.6.2 Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan <i>Mobile Banking Action</i>	131
BAB V	137
PENUTUP	137
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Keterbatasan Penelitian	138
5.3 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	70
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	89
Gambar 4.2 Logo Aplikasi Action	98
Gambar 4.3 Fitur Aplikasi Action	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	67
Tabel 3.1 Informan Penelitian	76
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Indikator Layanan <i>Mobile Banking</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Wawancara.....	148
Lampiran 2 Dokumentasi	150



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hadirnya perbankan syariah di Indonesia yang menciptakan *dual system* pada industri perbankan memberikan sarana kepada masyarakat untuk bersama-sama membumikan serta berpartisipasi dalam mendukung peran perbankan syariah terhadap pengelolaan ekonomi makro. Karakteristik perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah terlebih juga memberikan alternatif kepada masyarakat yang memiliki kecenderungan untuk berinvestasi maupun bertransaksi dengan mempertimbangkan prinsip keadilan, etika, nilai bekerjasama, nilai persaudaraan dalam berproduksi serta menghindari kegiatan spekulatif (OJK, 2019).

Perbankan syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankansyariah (Ismail, 2016:39). Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara dalam menghimpun dana dari masyarakat serta meyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia

yang diwakili oleh Fatma MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga, yang intinya mengharamkan bunga pada bank atau riba (Arif, 2017).

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).

Perkembangan produk dan layanan bank untuk memudahkan nasabah dan masyarakat tidak pernah mengecewakan, Layanan perbankan terus memberikan pembaharuan dan peningkatan kualitas fitur produk bank dan layanan bank sesuai kebutuhan nasabah dan masyarakat dalam memanfaatkan transaksi dan layanan perbankan. Meningkatnya pelayanan kepada nasabah dalam memberikan layanan yang berkualitas dan tulus kepada nasabah merupakan prioritas utama dari bank. Peran teknologi di dunia perbankan dinilai mutlak karena sebuah sistem pada perbankan perlu didukung oleh

perkembangan teknologi dan informasi telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya beberapa aplikasi berbasis teknologi yang dapat digunakan dalam berbisnis (Nursiah dkk, 2022).

Dunia perbankan telah menyadari bahwa para nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan di bank mana yang mereka ingin menabung dan berinvestasi, mereka juga tidak mempertimbangkan bunga atau keuntungan yang mereka dapatkan dalam perbankan tersebut, tetapi nasabah juga membutuhkan sebuah kecanggihannya atau kelengkapan dari fitur suatu produk perbankan dan saat ini yang dicari nasabah tidak hanya nilai perbankan akan tawarannya, melainkan yang mereka cari adalah kualitas dan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi tersebut. Saat ini dalam dunia perbankan di ramaikan dengan adanya fitur dari layanan perbankan yang menggunakan jaringan internet sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara mobile. Hal tersebut sangat membantu para nasabah dan bank sehingga mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang hanya menghabiskan waktu dan tanpa terasa telah mengikis pendapatan seseorang, hal ini yang membuat para nasabah mulai beralih ke kebiasaan yang mereka lakukan selama ini. Sebelumnya para nasabah biasanya sudah terbiasa dan cukup puas dengan adanya transaksi Anjungan Tunai Mandiri atau ATM namun seiring berjalannya waktu kepuasan tersebut semakin menghilang karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank dan bahkan harus mengantri untuk

menunggu gilirannya (Nurdin dkk, 2020).

Teknologi berkembang sangat pesat dan semakin modern, perusahaan juga banyak mengembangkan kinerjanya, seperti dalam sektor informasi dan sektor inilah yang membuat perbankan menjadi teradopsi, salah satunya layanan dalam jasa perbankan yang menggunakan smartphone yaitu *Mobile Banking*. *Mobile Banking* di ciptakan untuk memudahkan para nasabah dan bank untuk melakukan transaksi dalam perbankan, seperti melakukan transaksi pembelian dan pembayaran (Fandi, 2019)

Salah satu kemajuan teknologi pada aplikasi berbisnis yaitu sistem Internet Banking atau yang di kenal dengan *Mobile Banking*, SMS Banking, dan lain sebagainya. Saat ini *Mobile Banking* biasanya di tunjukkan via SMS atau Mobile Internet namun dapat juga menggunakan aplikasi Mobile Device. Dengan adanya *Mobile Banking* dapat mengubah strategi dalam sistem bank untuk menjalankan kegiatannya, salah satunya yaitu melakukan transaksi online. Selain itu, dengan adanya *Mobile Banking* pihak bank dapat meningkatkan layanan dan jangkauan yang lebih jauh dalam sistem perbankan (Fadlan, 2018).

Munculnya *Mobile Banking* itu sendiri tidak hanya berhubungan dengan bank saja, tetapi juga bekerja sama dengan operator selular, sehingga dapat dilihat bahwa keberadaan *Mobile Banking* memberikan keuntungan kepada semua kalangan seperti bank, operator seluler dan nasabah bank pengguna *Mobile Banking* lainnya. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan

menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan di install oleh nasabah. *Mobile Banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS Banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan bank dan juga nomor tujuan SMS Banking (Dwitya, 2018).

Kelebihan lain dari adanya fitur tersebut yaitu bank maupun nasabah sama-sama mendapatkan keuntungan, sehingga bank mampu menghemat waktu operasionalnya dan nasabah merasa pihak bank tidak membuang waktu dan tenaga hanya untuk antri di Teller dan Costumer Service. Dengan adanya *Mobile Banking* dan SMS Banking nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja mereka berada, kapanpun, dan kemanapun mereka pergi sehingga lebih terjaga kerahasiannya. Layanan transaksi perbankan ini tidak harus dilakukan di bank tetapi bisa dari rumah, tempat usaha, atau lokasi-lokasi lain dengan menggunakan alat komunikasi seperti handphone, komputer yang terhubung dengan jaringan internet karena layanan ini dapat menghubungkan bank dengan nasabahnya dari jarak jauh (Fitria dkk, 2021). Untuk membuktikan bahwa hadirnya *Mobile Banking* telah memenuhi kebutuhan nasabah maka dapat diukur dengan persepsi nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking*

Persepsi yaitu penglihatan, tanggapan, daya memahami atau menanggapi sesuatu yang diawali dengan penginderaan lalu di transfer menuju otak. Menurut kamus bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau

proses seseorang mengetahui beberapa hal menuju panca indera nya (Rizzal, 2020). Persepsi juga terbagi atas beberapa bagian yaitu persepsi kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan.

Seperti yang berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile Banking Action* yang telah dilakukan oleh Nasar (2022) menunjukkan bahwa persepsi dari setiap informan terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* bernilai positif dalam artian *Mobile Banking* memberikan kemudahan dan kemanfaatan bagi setiap nasabah perbankannya. Dengan adanya *Mobile Banking*, nasabah tak perlu repot untuk ke mesin ATM jika ingin melakukan transaksi. Pasalnya, semua fitur yang ada pada aplikasi *Mobile Banking* sudah bisa di akses melalui smartphone kecuali untuk penarikan tunai. Fasilitas perbankan tersebut menjadikan nasabah dimanjakan dengan rasa cepat dalam melakukan transaksi.

Penelitian lain yang berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* telah dilakukan oleh Irwanda (2022) yang menyatakan bahwa persepsi baik lebih banyak dibandingkan persepsi tidak baik, karena sebagian besar nasabah terbantu dengan berbagai fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi *Action* yang memudahkan nasabah dalam transaksi sehari-hari, berdasarkan hasil wawancara beberapa nasabah mereka merasa puas dengan adanya aplikasi *Mobile Banking Action* karena bisa mempermudah segala aktivitas dan juga lebih praktis dalam melakukan transaksi perbankan dan ada juga nasabah yang merasa dengan adanya aplikasi *Action* memang bisa mempermudah akses

untuk kegiatan transaksi akan tetapi juga masih banyak kekurangan yang terdapat dalam aplikasi Action, mereka merasa aplikasi *Mobile Banking* Action masih belum bisa memenuhi kebutuhan mereka, masih kurangnya fitur layanan dalam *Mobile Banking* Action yang masih belum lengkap dibandingkan dengan aplikasi *Mobile Banking* lain.

Bank Aceh salah satu bank daerah yang baru memunculkan aplikasi Action, hal ini merupakan terobosan baru bagi Bank Aceh sendiri walaupun kehadiran Action salah satu Aplikasi *Mobile Banking* yang sudah ada di bank-bank manapun. Action (Aceh Transaksi

Online) memberi kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun. PT Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh sangat menyadari bahwa kemajuan teknologi bisa membuat pelayanan terhadap nasabah lebih mudah dan tercangkau. Untuk mempertahankan eksistensinya. Bank Aceh Syariah terus merancang terobosan baru agar dapat berkembang dan bersaing dengan hasil yang dapat memuaskan nasabah dan bank sendiri. Dengan ini artinya Bank Aceh Syariah terus bersentuhan dengan teknologi maka Bank Aceh Syariah akan tetap bisa bersaing dengan perlu adanya penambahan jasa layanan *Mobile Banking*. Dengan adanya layanan *Mobile Banking* ini perkembangan dari minat nasabah terus meningkat dari tahun ke tahun untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*). Saat ini jumlah pengguna *Mobile Banking* Action sebanyak 10.489 nasabah (Playstore&Appstore). Tingginya

penggunaan Action pada nasabah Bank Aceh menarik untuk dilakukannya suatu penelitian untuk menganalisis factor-faktor apa saja yang membuat nasabah menggunakan layanan yang ada di Action. Hal ini penting karena hasil dari penelitian ini dapat memberi pertunjuk bagi perbankan, yaitu Bank Aceh dapat merumuskan strategi pemasaran mereka dengan konsisten menjaga keunggulan kompetitif fasilitas dan fitur-fitur produk *Mobile Banking* dari pada bank lainnya.

Aplikasi Action Mobile adalah layanan *Mobile Banking* yang dapat di akses oleh nasabah melalui smartphome untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data, untuk melakukan registrasi Action Mobile dapat di download di play store dan mengimput data perbankan sesuai data yang ada pada sistem bank tanpa harus datang ke kantor Bank Aceh Syariah. Registrasi merupakan proses verifikasi terhadap nomor handphone, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh Syariah, aplikasi verifikasi nasabah telah berhasil dan kode OTP akan dikirimkan ke handphone nasabah selanjutnya nasabah membuat username dan password sebagai pengenal untuk masuk ke dalam Aplikasi Action dan login lalu membuat MPIN atau *Mobile Banking* PIN sebagai otorisasi pada saat nasabah melakukan transaksi di Action, MPIN tidak boleh di ketahui oleh orang lain termasuk pihak Bank Aceh Syariah. Fitur-fitur yang terdapat di Aplikasi Action Mobile ini juga cukup lengkap, seperti informasi rekening, transfer dana, pembayaran via

QRIS, pembayaran listrik, pengisian pulsa, pengingat jadwal shalat, dan beberapa fitur pembayaran dan pembelian lainnya.

Action *Mobile Banking* Bank Aceh memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan demikian kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Dalam *Mobile Banking* apabila jasa yang di berikan oleh pihak bank dianggap mudah sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *Mobile Banking* dalam bertransaksi (Dewi, 2017).

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Beliau mengatakan bahwa dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* Action sangat membantu masyarakat karena segala aktivitas masyarakat dimudahkan dengan aplikasi ini, dan hal ini juga memudahkan pekerjaan mereka. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan (AZ, 24 tahun) nasabah PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menyatakan bahwa “Aplikasi Action sangat membantunya untuk melakukan transaksi dalam berbagai hal seperti pembayaran via QRIS, pembayaran listrik dan pengisian pulsa atau paket data, sehingga dirinya tidak perlu membuang waktu untuk melakukan transaksi dengan datang langsung ke bank”. Pendapat lain juga di ungkapkan oleh (IF, 21 Tahun) nasabah PT Bank Aceh Cabang Banda Aceh menyatakan bahwa “Aplikasi

Action sangat membantu memudahkannya dalam membayar iuran kuliah karena dalam aplikasi Action terdapat fitur pendidikan yang dapat membayar iuran kuliah (UIN Ar- Raniry dan Universitas Teuku Umar) dengan mudah tidak perlu mengantri ke bank”. Pendapat lain juga diungkapkan oleh (AP, 40 tahun) nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menyatakan bahwa “Saat mengakses aplikasi *Mobile Banking* dibutuhkan kualitas internet yang bagus karena jika koneksi internet kurang baik, maka aplikasi *Mobile Banking* Action tidak dapat diakses sehingga tidak dapat melakukan transaksi”

Dari hasil pengamatan peneliti secara langsung dilapangan, masih ada nasabah dari berbagai profesi yang merasa bahwa aplikasi *Mobile Banking* Action selain ada kelebihanannya tetapi Aplikasi Action masih banyak kekurangan yang belum bisa memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi. Ada dari sebagian nasabah yang masih memilih untuk datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi dikarenakan mereka menganggap kebutuhan mereka akan lebih terpenuhi di bank dibandingkan melalui aplikasi

Mobile Banking Action. Selain dari hasil persepsi tersebut, faktanya nasabah juga lebih memilih untuk datang langsung ke bank untuk bertransaksi langsung ke teller, dimana nasabah lebih suka berbondong-bondong ke bank dan *face to face* dengan teller.

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 “**Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Action (Aceh Transaksi Online) Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut ini:

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan *Action (Aceh Transaksi Online)* pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh?
2. Apakah kualitas layanan berdampak terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking Action (Aceh Transaksi Online)* pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan perumusan masalah tersebut yaitu:

1. Untuk mengetahui apa saja persepsi nasabah terhadap layanan *Action (Aceh Transaksi Online)* pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui dampak kualitas layanan terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking Action (Aceh Transaksi Online)* pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

1.4 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 memberi 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.

1.5 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 di bahas, 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 dan 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 di tuju dari penelitian jelas di jawab.
- BAB IV** Hasil Penelitian Bab ini meamparkan hasil penelitian di mana hasil akan dipaparkan dalam bentuk teks naratif dan dalam bentuk tabel untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini.
- BAB V** Penutup Bab ini peneliti merangkup 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 sertasaran kepada peneliti selanjutnya untuk memperdalam dari penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Definisi Bank Syariah

Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 mendefinisikan bank sebagai “badan usaha yang menghimpun uang masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya” dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Baik bank tradisional maupun bank syariah Islam ada. Pasal 2 UU 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah berpedoman pada hukum syariah, demokrasi ekonomi, dan konsep kehati-hatian dalam operasionalnya sehari-hari. Selain itu, pasal 3 menjelaskan bahwa tujuan akhir perbankan syariah adalah membantu terwujudnya pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, persatuan, dan pemerataan untuk kesejahteraan seluruh rakyat. Perbankan terutama memerlukan dua tugas: mengumpulkan dan mendistribusikan uang, dengan penyediaan layanan tambahan yang sebagian besar berfungsi untuk memfasilitasi yang pertama.

Perbankan syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan

dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Ismail, 2016:39). Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara dalam menghimpun dana dari masyarakat serta meyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh Fatma MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga, yang intinya mengharamkan bunga pada bank atau riba (Arif, 2017).

2.1.2 Perkembangan Bank Syariah

Perbankan Islam Indonesia telah maju secara signifikan berkat perubahan baru-baru ini dalam undang-undang dan peraturan negara itu. Berdasarkan peraturan saat ini, tampaknya memiliki dampak positif pada industri perbankan Islam. Pada awalnya, kami memiliki kerangka hukum perbankan Islam yang ditetapkan oleh UU No. 7 tahun 1992. Tidak cukup jelas apa yang dimaksud dengan "pembagian keuntungan" di bawah aturan ini, yang didasarkan pada prinsip-prinsip Syariah. Pada tahun-tahun berikutnya, konsep panduan ini dikodifikasi dalam UU No. 10 tahun 1998, direvisi dalam hukum No. 23 tahun 1999 yang berkaitan dengan Bank Indonesia, dan akhirnya direvisi sekali lagi dalam hukum No. 3 tahun 2004. Dengan mengikuti pedoman yang diletakkan Turun dalam undang-undang ini, bank konvensional dapat mendirikan cabang Syariah atau berubah menjadi lembaga keuangan Islam. Dengan kelulusan undang-undang No. 21 tahun 2008 yang berkaitan dengan perbankan Islam, kerangka kerja untuk perbankan Islam di Indonesia

semakin kuat. Dari perspektif hukum, ada beberapa poin penting yang perlu diingat:

- a. Adanya kewajiban mencantumkan kata 'syariah' bagi bank syariah, kecuali bagi bank-bank syariah yang telah beroperasi sebelum berlakunya UU No 21 Tahun 2008 (pasal 5 No. 4). Bagi bank umum konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) diwajibkan mencantumkan nama syariah setelah nama bank (pasal 5 no. 5).
- b. Satu-satunya pemegang fatwa yang berkaitan dengan syariah adalah MUI. Karena fatwa MUI harus diterjemahkan menjadi produk perundang-undangan (dalam hal ini Peraturan Bank Indonesia/PBI), dalam rangka penyusunan PBI, BI membentuk komite perbankan syariah yang beranggotakan unsur-unsur dari BI, Departemen Agama, dan unsur-unsur masyarakat dengan komposisi yang berimbang dan memiliki keahlian di bidang syariah (pasal 26).
- c. Adanya definisi baru mengenai transaksi Murabahah. Dalam definisi lama dijelaskan bahwa Murabahah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan. Menurut UU No 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa akan Murabahah merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan penegasan harga beli kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga lebih dengan keuntungan yang disepakati. Diubahnya kata 'jual beli' dengan kata 'pembiayaan' menjadi solusi bagi perbankan syariah. Karena dengan adanya

perubahan tersebut berarti bank transaksi Murabahah menjadi transaksi yang bebas pajak.

Dengan aturan-aturan ini, perbankan Islam lebih cenderung tertarik pada perusahaan yang mematuhi hukum Syariah. Untuk memastikan bahwa ini sedang dipatuhi, Dewan Pengawas Syariah (DPS) didirikan untuk memantau kegiatan lembaga keuangan sesuai dengan hukum Islam. Bank Indonesia dan Dewan Syariah Nasional (DSN) harus menyetujui aplikasi yang diajukan oleh pemilik Bank Islam yang bersangkutan agar DPS terlibat dalam administrasi bank-bank Islam. Itulah yang terjadi, menurut bagian 31 dari PBI No. 6/24/PBI/2004. BI, sebagai regulator, berkontribusi pada fungsi bank-bank Islam di Indonesia di luar kehadiran undang-undang dan peran DPS dalam memfasilitasi perbankan Islam. PBI mengacu pada peraturan operasi yang ditetapkan oleh BI yang digunakan bank-bank Islam sebagai yayasan mereka (Peraturan Bank Indonesia). Undang-undang lebih lanjut, seperti keputusan presiden dan ketentuan lain dalam bentuk fatwa yang dikeluarkan oleh MUI dan DSN, melengkapi aturan BI untuk pengoperasian bank-bank Islam. Pertumbuhan perbankan Islam di Indonesia dilakukan oleh faktor-faktor yang disebutkan di atas. Pertumbuhan perbankan Islam di Indonesia bergerak ke arah yang benar, bahkan jika belum mencapai potensi penuhnya. Sejak Muamalat Bank didirikan pada tahun 1992, setelah lokakarya MUI, perbankan Islam telah berkembang dengan cepat, dari satu bank komersial Islam pada tahun 1998 menjadi tiga pada tahun 2006, serta dari tujuh puluh enam bank kredit orang Islam

hingga seratus lima pada Desember dari tahun itu. Setidaknya ada sepuluh bank komersial Islam pada Mei tahun ini, bersama dengan dua puluh empat unit Islam dan seratus empat puluh empat bank pembiayaan Islam (BPRS).

2.1.3 Keistimewaan Bank Syariah

Bank Syariah sebagai alternatif perekonomian Indonesia dan bagi bank-bank konvensional yang dianggap kurang berhasil di dalam mengemban misi utamanya memiliki keistimewaan-keistimewaan yang juga merupakan perbedaan jika dibandingkan dengan Bank Konvensional. Keistimewaan-keistimewaan Bank Syariah tersebut adalah:

- a. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabahnya.
- b. Diterapkannya sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga akan menimbulkan akibat-akibat yang positif.
- c. Di dalam Perbankan Syariah, tersedia fasilitas kredit kebaikan (*Al-Qardhul Hasan*) yang diberikan secara cuma-cuma
- d. Keistimewaan yang paling menonjol dari Perbankan Syariah adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi.

2.1.4 Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

Bank Syariah Indonesia menjalankan fungsi bank sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk membantu pembangunan di Indonesia umumnya dan di Kota Medan khususnya. Eksistensi suatu bank juga sangat tergantung pada kepercayaan masyarakat tersebut. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat, semakin tinggi pula kesadaran masyarakat untuk menyimpan uangnya ke bank dan menggunakan jasa-jasa lain dari bank.

Fungsi Perbankan Syariah sebagaimana yang tercantum pada Pasal 4 UU Perbankan Syariah, yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

Perbankan Syariah bukan hanya berfungsi sebagai lembaga penghimpun dan menyalur dana semata melainkan juga berfungsi sosial dengan menerima dana zakat, infaq, dan shadaqah, hibah, wakaf. Pasal 4 bertalian dengan Pasal 1 ayat (2) tentang menghimpun dan menyalurkan dana, (8) tentang pemberian jasa

dalam lalu lintas pembayaran, (16) tentang nasabah yang menggunakan jasa bank syariah, (26) tentang agunan, (27) tentang penitipan barang; Pasal 19 huruf a, b, c, d tentang kegiatan usaha perbankan syariah. Pertukaran manfaat, kerjasama, hak milik, tolong menolong untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial seperti kemiskinan, penimbunan harta, dan individualisme. (Kholid, 2018).

Dalam UU No 21 Tahun 2008 Pasal 3 disebutkan bahwa Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dari tujuan bank syariah yang tercantum dalam UU No 21 Tahun 2008 Pasal 3 di atas kita dapat mengetahui bahwa tujuan perbankan syariah adalah untuk menunjang pembangunan nasional dengan indikator ketercapaiannya yaitu keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

2.1.5 Produk dan Jasa Bank Syariah

Berikut ini merupakan produk-produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah sebagai berikut:

1. Produk pendanaan (*Funding*)

Produk pendanaan merupakan produk yang dikeluarkan oleh bank kepada masyarakat, dengan produk ini bank dapat memperoleh dan mengambil dana, seperti Tabungan, Deposito, dan Giro.

a. Tabungan

Sebagai semacam penghematan konsumen, produk

tabungan tersedia sesuai permintaan dan pembagian keuntungan minimal. Memang benar bahwa produk ini menghasilkan lebih banyak uang, tetapi juga memiliki margin keuntungan yang buruk karena bank menghabiskan sesedikit mungkin untuk itu. Produk tabungan yang direncanakan, misalnya, adalah hibrida antara rekening tabungan tradisional dan setoran waktu; Konsumen diharapkan memberikan kontribusi bulanan berdasarkan kapasitas mereka untuk menabung, tetapi mereka tidak dapat mengambil uang sampai tanggal mendatang yang telah ditentukan. Pelanggan sesekali memilih penghematan ini sebagai strategi dalam mengelola keuangan keluarga dan diberikan fasilitas asuransi jiwa karena manfaat yang diantisipasi lebih besar daripada tantangan mengelola uang mereka (Al- Arif, 2012).

Rekening tabungan adalah semacam setoran bank dari mana uang hanya dapat ditarik dalam keadaan tertentu. Biasanya, bank akan memberi Anda kartu ATM dengan pin unik dan buku tabungan yang merinci semua aktivitas akun Anda (PIN). Tren saat ini menunjukkan bahwa perbankan online dan *Mobile* menggantikan buku sandi untuk berbagai jenis rekening tabungan. (OJK, 2019).

b. Deposito

Penarikan terbatas pada periode waktu yang ditentukan dalam kontrak antara konsumen dan bank syariah dan/atau UUS, sebagaimana disyaratkan oleh undang-undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008. Deposito adalah dana yang ditempatkan oleh pihak ketiga dengan pemahaman bahwa bank hanya akan mengizinkan penarikan dalam kerangka waktu tertentu. Dalam konteks ini, penarikan merujuk pada setoran yang dilakukan oleh Nasabah dan dihapus pada waktu tertentu per pengaturan antara konsumen dan bank (Hermansyah, 2005).

c. Giro

Giro adalah setoran tanpa jaminan yang dibuat di bank oleh pihak luar yang dapat ditarik kapan saja dengan cek, wesel, atau transfer buku. Depositor dapat menggunakan setoran permintaan ini untuk membayar pembelian dan penjualan melalui mekanisme pembayaran yang dikeluarkan pemerintah termasuk cek dan setoran permintaan (Hermansyah, 2005). Penarikan dari rekening berjalan, yang mungkin berasal dari uang publik atau ketiga melalui fasilitas penarikan seperti cek dan slip setoran permintaan, dapat dilakukan kapan saja. Karena rekening giro setara dengan membawa uang tunai, pedagang dan konsumen dapat melakukan transaksi dengan mudah dengan menulis cek atau melaksanakan pembayaran giro (Ismail, 2014: 28).

2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Produk penyaluran dana adalah produk yang dapat menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan agar masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank dengan memenuhi semua persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dari lembaga maupun individu. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yaitu tentang perbankan menjelaskan bahwa pembiayaan adalah dana yang tersedia atau berupa tagihan yang dipersamakan seperti (Al-Arif, 2012):

- a. Mudarabah dan Musyarakah dalam bentuk transaksi bagi hasil.
 - b. Ijarah dalam bentuk sewa menyewa atau Ijarah muntahiya bittamlik ialah sewa beli.
 - c. Transaksi jual beli piutang Murabahah, Salam, dan Istisna.
 - d. Piutang Qardh dalam bentuk transaksi pinjam meminjam.
 - e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa.
- ## 3. Produk Jasa Bank Syariah

Selain menjalankan fungsinya sebagai pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana, bank syariah juga melakukan berbagai pelayanan jasa kepada nasabah seperti, sharf atau jual beli valuta asing penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama. Keuntungan yang didapatkan di bank yaitu melalui jual beli valuta asing (Al-Arif, 2012).

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Definisi Mobile Banking

Mobile Banking adalah perangkat yang digunakan untuk memeriksa saldo, melakukan transaksi keuangan, melakukan pembayaran, dan lainnya. Biasa disebut sebagai *M-Banking*, *SMS Banking*, dan istilah serupa lainnya. Penggunaan teknologi yang dapat dipakai di alat bergerak seperti ponsel dan lainnya. Definisi *Mobile Banking* adalah penggunaan perangkat *mobile* untuk melakukan transaksi. Subkategori *e-commerce* yang dikenal sebagai *mobile commerce (m-commerce)* adalah proses transaksi yang dilakukan secara elektronik melalui perangkat seluler yang terhubung ke Internet, kartu pintar, atau jaringan seluler. Saat ini, menurut Umam (2018), *Mobile Banking* dapat dibagi menjadi tiga bagian:

- a. *Informational* (bersifat memberi informasi) Hanya informasi tentang produk dan layanan bank itu sendiri yang tersedia dalam sistem. Pendekatan ini memiliki risiko yang relatif rendah karena konsumen hanya terhubung ke server situs web dan bukan server atau jaringan utama bank. Bahaya potensial adalah bahwa materi online situs diubah (sering disebut *defacement*). Ini tidak membahayakan seluruh sistem bank, tetapi dapat mengaburkan informasi di situs web.
- b. *Communicative* (bersifat komunikatif) Bentuk kedua lebih menarik daripada bentuk pertama. Konsumen (nasabah) dan sistem bank saat ini dapat berkomunikasi dalam sistem jenis ini.

Interaksi dapat berupa aplikasi keanggotaan layanan, informasi saldo, laporan transaksi dan informasi pribadi pelanggan yang diperbarui dari bank yang sesuai. Sistem ini bisa dibilang lebih berbahaya dari pendahulunya berdasarkan cara kerjanya. Pelakunya adalah koneksi antara konsumen dan beberapa server dalam jaringan bank. Sistem ini memerlukan pemantauan dan perhatian khusus untuk melindungi dari penyusup dan program seperti virus dan trojan horse yang merusak system.

- c. *TransActional* (dapat melakukan transaksi) jenis yang ini sering kali mencakup sistem dari dua kategori pertama dan merupakan yang paling komprehensif daripada lainnya, memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi langsung dengan sistem jenis ketiga ini. Sistem ini terhubung melalui jaringan dan server utama bank, yang membuatnya paling berisiko dibandingkan dengan dua kategori lainnya. Oleh karena itu, sistem ini membutuhkan kontrol yang cermat. Transaksi yang bisa dilakukan dalam sistem ini mencakup membayar tagihan, mentransfer uang, mengisi daya pulsa, dan mengakses rekening bank secara langsung, dan lain-lain. Di Indonesia, hampir semua bank telah mengimplementasikan layanan *M-Banking* berupa *SIM toolkit* (menu layanan).

Layanan baru yang nyaman bagi nasabah yang disebut "*Mobile Banking*", yang memungkinkan *nasabah* melakukan berbagai fungsi perbankan menggunakan perangkat seluler mereka. *M-Banking*, terkadang disebut sebagai *Mobile Banking*, adalah

layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat komunikasi *Mobile* seperti *smartphone*. Pelanggan sekarang dapat menghemat waktu dan uang dengan menggunakan *smartphone* mereka daripada secara fisik mengunjungi cabang bank untuk menyelesaikan operasi perbankan yang sebelumnya dilakukan di cabang tersebut. Tujuan utama *Mobile Banking* lainnya adalah untuk memastikan bahwa konsumennya tidak ketinggalan zaman teknologi dengan tidak menggunakan banyak keuntungan yang ditawarkan oleh media elektronik saat ini. Salah satu saluran perbankan elektronik, *Mobile Banking* adalah aplikasi seluler yang kompatibel dengan sistem operasi Android atau Ios (Imanuddin, 2019).

2.2.2 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 system ini sangat rendah, karena system 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 internet (atau sering dikenal dengan istilah *deface*). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan system dari bank tersebut, tetapi mendistorsi informasi di situs web bank yang bersangkutan.

b. Bersifat komunitatif

Tipe yang kedua lebih bersifat interaktif dari pada tipe yang pertama. Pada 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 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 baik, gunanya untuk mencegah penyusup maupun program yang dapat merusak sistem 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 yang lain. Artinya, aktivitas yang sebelumnya 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. 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.

2.2.3 Kelebihan Mobile Banking

Banyak nasabah menggunakan *M-banking* untuk mempermudah dalam melakukan transaksi, seperti kegiatan transfer, pengecekan saldo dan lainnya hanya dengan menggunakan *smartphone*. Berbeda sebelum adanya layanan elektronik ini, nasabah jika mempunyai keperluan harus mendatangi bank untuk menyelesaikan keperluan. Adapun kelebihan *M-banking* menurut Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) dapat dilihat dari

beberapa hal, yaitu:

1. Bagi Nasabah
 - a. Nasabah dapat melakukan akses jasa-jasa di bank kapanpun dan dimanapun yang diperlukan.
 - b. Nasabah dapat mengetahui apabila adanya penarikan di rekening
 - c. Memungkinkan nasabah melakukan transaksi online
 - d. *M-banking* dapat menghebat waktu dan biaya
2. Bagi Bank
 - a. Dapat menghemat biaya untuk nasabah.
 - b. Dapat menghemat biaya pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan mendirikan *outlet* ATM.
 - c. Meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan.
 - d. Strategi yang kompetitif untuk memberikan *Value added* kepada nasabah.

2.2.4 Kekurangan Mobile Banking

Dengan berkembangnya internet justru memiliki berbagai risiko dalam pelayanan jasa keuangan yang dapat muncul dikemudian hari. Bank sebagai penyelenggara secara umum terdapat beberapa risiko, yaitu:

- a. Hanya dapat digunakan pada *provider* tertentu.
- b. Kecepatan data/jaringan wilayah.
- c. Terdapat limit transaksi per hari.
- d. Jenis OS *handphone*.

e. Rentan mengalami penipuan (*smishing*) yaitu dihubungi oleh *hacker* yang menyamar sebagai instansi keuangan untuk menanyakan detail rekening bank ada.

Selain kekurangan di atas, *M-Banking* bagi sebagai orang juga memiliki kekurangan yaitu membuat pengeluaran menjadi boros. Yang disebabkan kemuduhan yang ditawarkan telah memanjakan sebagai orang untuk berbelanja. Dalam melaksanakan aktivitas layanan *M-Banking*, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang telah disebutkan diatas. Dengan demikian bank harus melakukan itimasi risiko yang mungkin terjadi dalam *M-Banking* dengan melakukan pengawasan yang baik.

2.2.5 Cara Kerja Mobile Banking

Menurut Tampubolon et al. (2015: 14), pengguna harus terlebih dahulu mendaftar *Mobile Banking* dan mendapatkan *password* dari bank. Pengguna dapat menggunakan menu kartu SIM atau aplikasi perbankan di smartphone mereka untuk mengakses fitur-fitur *Mobile Banking*. Jika nasabah menggunakan *Mobile banking* melalui menu kartu SIM, maka nasabah dapat memilih menu sesuai dengan kebutuhannya dan akan diminta untuk memasukkan PIN SMS *Banking* saat menyelesaikan transaksi, sedangkan jika nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui aplikasi yang terinstal di seluler, pelanggan harus mengunduh dan menginstal aplikasi terlebih dahulu di perangkat seluler. Untuk menggunakan aplikasi, pengguna harus ter lebih dahulu memberikan

kata sandi untuk masuk, setelah itu mereka dapat memilih dari daftar transaksi potensial dan diminta untuk memasukkan PIN.

2.2.6 Manfaat dan Dampak Pengguna *Mobile Banking*

Mobile Banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, tidak hanya dinikmati oleh negara peluncur sistem *Mobile Banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *Mobile Banking* dimana saja melalui perangkat *Mobile Banking* seperti *Handphone*. Dengan adanya *Mobile Banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi ke ATM untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile Banking*, baik berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *SMS plain* (*SMS Manual*) yang biasanya di kenal dengan *SMS Banking*. *SMS Banking* merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya. Keunggulan *Mobile Banking* adalah dapat diakses oleh seluruh *Mobile Banking* tentu sangat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk penggunaan ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan *Mobile Banking*. Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah, menambah produktivitas, mempertinggi

efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja berdampak terhadap penggunaan teknologi (Wahyu,2017).

Dampak Penggunaan *Mobile Banking*. Menurut Dwitya (2018) secara khusus pengguna *Mobile Banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler, dampaknya yaitu:

a. Bank

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

b. Nasabah

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

c. Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *Mobile Banking* akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli pulsa dan membeli paket untuk melakukan transaksi di aplikasi *Action*.

2.2.7 Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap nasabah pada pengguna *Mobile banking*. Enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *Mobile Banking*. (Riswandi, 2005, hal. 105).

a. Keamanan sistem *Mobile Banking*.

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

b. Kemudahan suatu *website* untuk diakses

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

c. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan atau transaksi keuangan secara *Mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi.

Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarakan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *Mobile Banking*.

d. Keandalan layanan 24 jam

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

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

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

f. Kecepatan koneksi jaringan

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

jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan.

2.3 Nasabah

2.3.1 Definisi Nasabah

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang menyebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah terdiri dari dua pengertian yaitu:

1. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Suryani (2017:50) mengatakan bahwa nasabah merupakan unsur penting bagi keberhasilan bisnis perbankan. Semakin banyak nasabah menyimpan dananya di bank, mengambil kredit maupun memanfaatkan produk perbankan lainnya akan meningkatkan keuntungan bagi bank. Oleh karena itu pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah merupakan hal yang sangat penting jika bank ingin menjadi bank pilihan nasabah. Ditinjau dari faktor demografi, nasabah bank relatif bervariasi. Ditinjau dari aspek pekerjaan, ada nasabah yang berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, pengusaha, para pegawai dan profesional. Ditinjau dari latar belakang sosial ekonomi, ada nasabah

yang berasal dari kelas sosial atas, menengah, dan bawah (Suryani, 2017:50).

2.3.2 Kepuasan Nasabah

Secara hukum, "nasabah" adalah mereka yang menggunakan produk dan layanan bank. Mereka yang menggunakan jasa bank, tetapi tidak memiliki rekening, disebut sebagai "*walk-in customer*", dan termasuk mereka yang baru pertama kali menggunakan jasa bank (Jannah, 2020). Kepuasan Pembeli Istilah "kepuasan pelanggan" mengacu pada tingkat kepuasan Nasabah setelah menerima barang atau jasa dari perusahaan. Kepuasan ini didasarkan pada keyakinan pelanggan bahwa perusahaan telah memenuhi semua harapannya dan memberi mereka tingkat layanan setinggi mungkin. Untuk menentukan apakah suatu produk atau layanan berkualitas tinggi, pemasar harus terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari Nasabah. Setelah itu, dia akan merefleksikan pengalamannya dengan barang dan jasa yang dia beli dan mengevaluasi seberapa bahagianya dia dengan pembelian tersebut. Tingkat kepuasan pelanggan menentukan apakah suatu produk atau jasa berhasil atau gagal di pasar. Jika suatu bisnis atau sektor ingin berkembang dan maju, ia harus berfokus pada kepuasan pelanggannya. Ketika kesenjangan antara layanan yang diterima dan dampak yang diharapkan menyempit, tingkat kepuasan pelanggan meningkat, dan sebaliknya. Satu cara lebih lanjut yang mungkin dipahami oleh para profesional tentang konsep kepuasan adalah sebagai berikut.

Menurut Richard Oliver “Kepuasan adalah tanggapan pelanggan yang senang ketika kebutuhan mereka terpenuhi. (Irawan 2020) mendefinisikan kepuasan sebagai “tanggapan emosional yang dimiliki seseorang setelah membandingkan klaim yang dibuat tentang suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual produk atau serangkaian hasil yang diharapkan,” sementara Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai "emosi yang dialami seseorang sebagai hasil dari membuat perbandingan itu dan memutuskan apakah asumsi atau pesan itu akurat atau tidak." (Atmadjati, 2018). Jika konsumen senang dengan layanan yang diterimanya, ia cenderung menjadi pengguna yang sering dari layanan atau layanan yang diberikan. Selain itu, Nasabah yang bahagia dapat menjadi sekutu pemasaran yang kuat dengan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain. Namun, pelanggan yang tidak puas dapat menyebarkan berita buruk yang merugikan perusahaan (JUD, Jubilee Enterprise, 2016).

2.3.3 Jenis jenis Nasabah

Segmen Konsumen Dua jenis utama Nasabah perbankan adalah deposan dan peminjam. Setiap nasabah bank yang telah mengadakan perjanjian dengan bank tersebut untuk mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan, dianggap sebagai nasabah debitur. Sebaliknya, nasabah penyimpan adalah orang yang mengadakan perjanjian dengan bank untuk menyimpan uang dalam bentuk simpanan, yang disebut juga simpanan. Selain itu, ada juga beberapa macam nasabah bank, antara lain (Aniga, dkk: 2016):

1. Nasabah *Retail*

Nasabah *retail* merupakan nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah profesional serta *eligible*. *Structured Products* merupakan suatu bentuk produk Bank yang adalah suatu penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrumen keuangan dalam bentuk instrumen keuangan non *derivatif* dengan *derivatif*.

2. Nasabah *Eligible*

Nasabah *eligible* merupakan nasabah yang dapat digolongkan sebagai nasabah profesional jika nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan risiko dari *structured product*.

3. Nasabah Profesional

Nasabah akan digolongkan ke dalam nasabah profesional jika nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, serta risiko dari *structured product*.

2.3.4 Pihak pihak yang Termasuk Nasabah

Adapun beberapa pihak termasuk ke dalam nasabah, antara lain (Wijayanti, 2019):

1. Badan Hukum

Untuk Nasabah korporat, penting untuk memverifikasi legalitas agensi dan otorisasi pihak terkait untuk bertindak atas nama bank. Jelas, ini ada hubungannya dengan hak-hak orang di bawah hukum. Selanjutnya menyangkut kewenangan bertindak untuk nasabah yang bersangkutan, khususnya untuk “keagenan” dan perlu

atau tidaknya persetujuan dari komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atas perbuatan hukum tersebut, agar nantinya dapat memperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan.

2. Orang

Baik orang dewasa maupun anak di bawah umur termasuk di antara Nasabah bank. Kredit pelanggan dan giro dibatasi untuk mereka yang berusia 18 tahun ke atas. Sementara itu, anak di bawah umur dapat menjadi nasabah simpanan atau menggunakan jasa bank lain, seperti nasabah bekerja untuk transfer dan sebagainya. Sanksi yang mengikat secara hukum yang disepakati antara bank dan konsumen seperti anak kecil telah diberlakukan.

2.4 Persepsi

2.4.1 Definisi Persepsi

Persepsi berasal dari kata "*perception*" dalam bahasa Indonesia yang berarti persepsi yaitu penglihatan, tanggapan, daya memahami atau menanggapi sesuatu yang diawali dengan penginderaan lalu di transfer menuju otak. Menurut kamus bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau proses seseorang mengetahui beberapa hal menuju panca inderanya (Rizzal, 2020).

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 untuk menjadi suatu pemahaman (Sarlito, 2014:24). Persepsi meliputi aktivitas menerima stimuli, mengorganisasi stimuli tersebut, dan menerjemahkan atau menafsirkan stimuli yang terorganisasi tersebut sedemikian rupa hingga ia dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap. (Winardi,2015).

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan, seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku seseorang dan proses yang memungkinkan suatu organisme menerima, menganalisis informasi yang di tangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak yang di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. (Yazid & Ridwan 2017).

Persepsi lebih dari sekedar penerimaan pasif informasi. Persepsi adalah sebuah proses aktif. Perabaan misalnya, membutuhkan gerakan sesuatu yang kini kita sebut “*scanning*”. Perabaan mencakup informasi tentang apa yang sedang anda sentuh. Kita bisa mengatakan hal yang sama terhadap pendengaran. Kita seharusnya betul-betul menyebutnya mendengar. Suaraitu sendiri tentu secara intrinsik bergerak ia terus menerus berubah. Jika tidak, kita akan berhenti mendengarkannya (Boeree, 2016).

Dari beberapa kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu

persepsi adalah suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan tanggapan atau pandangan dari seseorang melalui pemikiran, penglihatan, pendengaran, penciuman dan perasaan untuk mendapatkan sesuatu informasi dan pemahaman dari apa yang masuk ke dalam akal pikirannya.

2.4.2 Persepsi Kemanfaatan

Kemanfaatan merupakan tingkatan dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kartiniwati (2019) menjelaskan definisi persepsi kemanfaatan yaitu dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Keuntungan itu diyakini oleh individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Manfaat penggunaan suatu teknologi informasi dapat kita ketahui dari kepercayaan nasabah. Nasabah mulai menerima produk tersebut dengan cara menggunakannya. Nasabah yakin bahwa dengan memanfaatkan produk atau teknologi informasi tersebut akan memberikan kontribusi positif bagi dirinya (Hadi dan Novi, 2015). Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Jogyanto (2007) persepsi manfaat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut (Wibowo, 2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana

seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas atau efektivitas, pentingnya bagi tugas, dan kebermanfaatan secara keseluruhan (Tjayono, 2010). Penelitian Cahyo (2014), mengartikan bahwa persepsi kemanfaat dapat digunakan dan berfungsi untuk tujuan mendatangkan keuntungan. Persepsi kemanfaatan merupakan tingkatan individu meyakini apabila pada pemakaian suatu sistem informasi mampu memajukan produktivitas, kinerja, afektivitas penggunaanya.

2.4.3 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Persepsi kemudahan merupakan tingkatan kepercayaan bahwa dalam pemakaian sistem teknologi tentu terhindar atas upaya yang keras maka dapat mengimbasi reaksi penetapan ketetapan dalam menggunakan sistem teknologi (Jogiyanto, 2005). Kemudahan penggunaan persepsian sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sisitem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha menurut

setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan, intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Kemudahan menggunakan *mobile banking* yang telah disediakan oleh bank mudah untuk dipahami dan mudah untuk digunakan sehingga akan mengurangi usaha nasabah untuk mempelajari bagaimana cara berinteraksi menggunakan *mobile banking* (Ramadhani, 2008).

Menurut Iqbaria dalam Amijaya (2010) kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya, jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya

untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.4.4 Persepsi Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian (Farizi, 2014). Menurut Firmansyah (2018) kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen pada suatu objek, atribut, dan manfaatnya dimana kepercayaan bersama sikap dan perilaku berkaitan dengan atribut produk. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan berhubungan dengan suatu bukti sugesti dan pengalaman jika keyakinan terhadap sesuatu itu benar atau salah. Menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan merupakan penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Kepercayaan adalah rasa percaya seseorang kepada pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak setelah seseorang tersebut mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh berdasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi atas kewajiban yang ia diharapkan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepercayaan merupakan kemampuan pihak produsen atau penyedia layanan dalam menjamin keamanan

dan kerahasiaan instrumen yang digunakan oleh konsumen untuk membuat penggunaanya percaya.

2.4.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Berbagai macam faktor-faktor berasal dari luar maupun dari dalam dapat mempengaruhi proses seleksi persepsi (Toha, 2012).

1. Faktor Internal

Adapun faktor internal diantaranya :

a. Pemahaman

Merupakan kemampuan seseorang untuk memahami sesuatu sehingga menimbulkan adanya persepsi adalah berdasarkan dari kekomplekan kejiwaan seperti yang diuraikan dimuka.

b. Motivasi

Pengertian motivasi dalam kamus besar bahasa indonesia (KKBI) adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

c. Kepribadian

Merupakan perbedaan pendapat dalam menyelesaikan suatu masalah antar dua orang atau kelompok yang masing-masing bertahan terhadap pendapat mereka tersebut.

2. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal di antaranya:

a. Intensitas

Prinsip dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa

semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal-hal itu dapat dipahami.

b. Ukuran

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besar ukuran sesuatu objek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami.

c. Keberlawanan

Prinsip keberlawanan ini menyatakan bahwa stimulus luar yang penampilannya sangat berlawanan dengan latar belakangnya atau sekelilingnya akan menarik banyak perhatian.

d. Pengulangan

Dalam prinsip ini dikemukakan bahwa stimulasi yang diulang dari luar akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan hanya sekali di lihat.

e. Gerakan

Orang yang memberikan banyak perhatian terhadap objek yang bergerak dalam jangkauan pandangan dibandingkan objek diam.

f. Kebaruan

Prinsip ini menyatakan bahwa baik situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian.

Menurut Yuniarti (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi

persepsi menjadi suatu penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu sebagai berikut.

- a. Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- b. Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- e. Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- f. Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- g. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

2.4.6 Aspek-Aspek Dalam Persepsi

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

- a. Aspek Kognitif Bagian ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang didapatkan seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran konsumen, kognitif ini bersifat rasional dan masuk akal.
- b. Aspek Afektif Bagian ini berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, jadisifatnya evaluative yang dimilikinya. Berkaitan dengan keadaan individu, bersifat emosional. Berarti bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.
- c. Aspek Konatif Bagian ini merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Artinya tindakan seseorang.

Menurut Fadila, dkk (2013) terdapat beberapa aspek-aspek persepsi antara lain:

- a. Seleksi. Seleksi merupakan proses dimana konsumen memilah stimulus yang diterima oleh panca inderanya berdasarkan keinginan yang dipengaruhi oleh masa lalu dan harapan yang menjadi motivasinya.
- b. Organisasi. Organisasi atau pengelompokan persepsi merupakan metode dimana stimulus yang muncul menjadi keutuhan yang utuh secara menyeluruh

- c. Interpretasi Terjadi ketika seseorang memberikan keterangan terhadap data informasi yang dapat dipengaruhi oleh faktor karakteristik individu, situasi, dan bagaimana informasi tersebut diperlihatkan.

2.4.7 Unsur-unsur Persepsi

Menurut Fadila dan Lestar (2013) ada beberapa unsur yang mendasari proses perolehan persepsi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sensasi Merupakan reaksi langsung dari kelima indera seseorang terhadap stimulus yang didapatkan dari lingkungan luarnya.
2. Ambang *Absolut* Merupakan batas terendah dari stimulus yang dapat diterima seseorang dengan kata lain merupakan titik terendah dimana seseorang dapat menyadari ada atau tiadanya sesuatu.
3. Ambang *Differensial* Merupakan fase perubahan terendah dari stimulus yang diperlukan agar perubahan tersebut disadari atau perbedaan terendah yang dapat disadari oleh seseorang atas dua stimulus
4. Persepsi Subliminal Merupakan persepsi seseorang terhadap stimulus yang diberikan dibawah ambang absolut, dengan kata lain persepsi terhadap stimulus yang tidak disadari oleh seseorang.

2.4.8 Sifat Persepsi

Menurut Baihaqi (2007) secara umum ada beberapa sifat persepsi, antara lain:

1. Bahwa persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsang indera manusia menerima 3 milyar perdetik, 2 milyar diantaranya diterima oleh mata.
2. Persepsi merupakan sifat paling asli, merupakan titik tolak perbuatan kesadaran
3. Dalam persepsi tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, mungkin hanya sebagian, sedangkan yang lain cukup dibayangkan.
4. Persepsi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman berarti pengalaman-pengalaman yang dimiliki dalam kehidupan sebelumnya.
5. Manusia sering tidak teliti sehingga dia seringkeliru, ini terjadi karena sering ada penipuan dibidang persepsi. Sesuatu yang nyata pada bayangan. Selain itu adapula ilusi persepsi yaitu persepsi yang salah sehingga keadaannya berbeda dengan keadaan yang sebenarnya
6. Persepsi sebagian ada yang dipelajari dan sebagian ada yang bawaan. Persepsi yang sifatnya dipelajari dibuktikan dengan kuatnya pengaruh pengalaman terhadap persepsi. Sedangkan yang sifatnya bawaan dibuktikan dengan dimilikinya persepsi ketingia pada bayi.

7. Dalam persepsi, sifat benda yang dihayati biasanya bersifat permanent dan stabil, tidak dipengaruhi oleh penerangan, posisi, dan jarak (*Permanent Shade*).
8. Persepsi bersifat prospektif, artinya mengandung harapan
9. Kesalahan persepsi bagi orang normal, ada cukup waktu untuk mengoreksi, berbeda dengan orang yang terganggu jiwanya.

2.4.9 Proses Pemahaman Persepsi

Menurut Suryani (2008:9) Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait dalam persepsi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Atas dasar persepsi inilah akhirnya konsumen, tertarik dan membeli. Proses persepsi bukan hanya proses psikologis semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi. Suatu proses persepsi akan diawali oleh stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, segala sesuatu yang bisa dilihat, segala sesuatu yang bisa di dengar, segala sesuatu yang bisa diraba. Stimuli ini akan mengenai organ yang disebut sebagai *sensory receptor* (organ manusia yang menerima input stimuli atau indera).

Nitisusastro (2013:64) mendefinisikan bahwa persepsi manusia dibentuk oleh beberapa hal dan alur proses perseptual

diantaranya:

1. Karakteristik daristimuli
2. Hubungan stimuli dengan dengan sekelilingnya
3. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri

2.4.10 Prinsip Prinsip dalam Persepsi Nasabah

Setiap Nasabah memiliki konsep yang berbeda mengenai suatu keadaan yang ada disekelilingnya, untuk itu perlu dipahami prinsip – prinsip terkait dengan persepsi Nasabah, yaitu (Priambodo, dkk:2016):

a. Pengalaman

Persepsi manusia tentang hal-hal ini didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran sebelumnya dengan merujuk pada orang, objek, atau peristiwa yang sebanding. Kurangnya pengalaman sebelumnya dalam berinteraksi dengan suatu barang pasti akan membuat Pelanggan mempersepsikan barang tersebut berdasarkan dugaan sederhana atau pengalaman yang sebanding.

b. Selektif

Karena setiap orang memiliki keterbatasan inderanya masing-masing dalam menangkap rangsangan tersebut, maka jelaslah bahwa ketika seseorang dibombardir dengan jutaan rangsangan indrawi dan harus memahami semuanya, maka individu tersebut tidak mampu melakukannya. Selektivitas dipengaruhi oleh perhatian seseorang, yang pada gilirannya dikendalikan oleh sejumlah faktor lain

(Priambodo, dkk:2016):

1. Faktor internal

Faktor ini berkenaan dengan faktor biologis yaitu rasa lapar dan haus, berhubungan dengan kebutuhan, faktor fisiologis yaitu bentuk fisik yang tampak, dan faktor sosial seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengalaman, penghasilan, peranan, status sosial, masa lalu, maupun kebiasaan

2. Faktor Psikologis

Faktor ini berkenaan dengan kemauan, keinginan, motivasi, emosi dan harapan.

3. Faktor Eksternal

Faktor ini adalah atribut atribut objek yang dipersepsikan seperti gerakan, kontras, kebaruan ataupun perulangan.

c. Dugaan

Dalam proses ini memungkinkan Nasabah untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Hal ini disebabkan karena keterbatasan informasi yang diperoleh melalui alat indra yang dimiliki manusia, menyebabkan terjadinya ruang kosong sehingga menciptakan persepsi yang bersifat dugaan agar dapat menyediakan informasi yang lengkap bagi ruang kosong tersebut.

d. Evaluatif

Nasabah harus melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya untuk mencocokkan apakah kejadiannya sama dengan keadaan sekarang. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif.

e. Kontekstual

Konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Setiap rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dalam mengorganisasikan suatu objek, Nasabah pada umumnya meletakkan dalam suatu konteks tertentu dengan prinsip prinsip:

1. Struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan
2. Kecenderungan seseorang dalam mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian berdasarkan latar belakangnya.

2.4.11 Macam-macam Persepsi Nasabah

Menurut (Slameto, dkk: 2014) menjelaskan bahwa ada dua macam bentuk persepsi yaitu:

1. Persepsi positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan meju pada suatu keadaan dimana subyek yang mempersepsikan cenderung menerima obyek yang ditangkap sesuai dengan pribadinya.
2. Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menunjuk pada keadaan dimana subyek yang

memperspeksi cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan kepribadiannya.

2.5 Kualitas Layanan

2.5.1 Definisi Kualitas Layanan

Menurut Haryanto (2020) kualitas merupakan suatu keadaan yang berkaitan dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan semuanya. Konsep kualitas layanan dapat dilihat sebagai upaya untuk memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen untuk mengimbangi harapan konsumen. Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat dilakukan oleh satu pihak pada pihak lainnya yang sifatnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan harta disebut jasa. Untuk memuaskan pelanggan, produsen harus bertindak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kotler menambahkan bahwa perilaku tersebut dapat muncul baik selama dan setelah perdagangan. Layanan berkualitas tinggi sering kali menghasilkan lebih banyak kepuasan dan bisnis yang berulang. Kualitas pelanggan harus menjadi prioritas utama dalam memenuhi kebutuhan dan berakhir pada reaksi pelanggan terhadap kualitas. Artinya citra yang baik didasarkan pada pandangan dan reaksi pelanggan, pelanggan lah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu penyediaan jasa. Pelangganlah yang memutuskan apakah layanan itu baik atau buruk.

Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau

pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik (Lovelock dan Wirtz, 2011)

Kualitas pelayanan menurut *American Society for Quality Control* dalam Phillip Kotler (2009) totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Goetsch dan Davis (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dari beberapa kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu Kualitas pelayanan adalah Tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi yang bertujuan dan bertanggung jawab untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh untuk menarik perhatian pelanggan, kualitas pelayanan disebut baik apabila pelayanan yang diberikan diharapkan oleh pelanggan jika melebihi yang diinginkan maka dapat dikatakan pelayanan yang memuaskan.

2.5.2 Indikator Kualitas Layanan

Terdapat 5 indikator kualitas pelayanan, antara lain sebagai

berikut (Maulana dkk, 2020):

1. *Tangible* (bukti fisik) merupakan kualitas fisik dari pelayanan yang telah diberikan yang meliputi segi fasilitas fisik yaitu berupa gedung, teknologi, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, kebersihan dan kenyamanan, serta penampilan karyawannya.
2. *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan oleh pihak perusahaan dalam memberi suatu pelayanan yang dijanjikan dengan sikap simpatik secara tepat waktu, terpercaya, dan akurat
3. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan suatu tekad atau keinginan guna memberi bantuandan memberi layanan yang tepat serta cepat terhadap para pelanggan dengan menyampaikan informasi secara jelas, meliputi kepastian dan jaminan terkait pengetahuan dan kemampuan serta sopan santun dari para pegawai guna memunculkan tingkat kepercayaan pelanggan pada perseroan.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) merupakan suatu jaminan dan juga kepastian terkait sopan santun, pengetahuan dan kemampuan para pegawai guna memunculkan tingkat kepercayaan pelanggan pada perseroan dan bebas dari adanya resiko ataupun keraguan dan muncul perasaan rasa aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi.
5. *Empathy* (perhatian) yakni memberikan sikap perhatian dengan wujud mudahnya dalam memberi suatu informasi,

senyum, pengucapan salam, dan mudahnya menjalankan komunikasi yang baik seperti banyaknya outline. Guna menghasilkan pelayanan yang berkualitas alangkah baiknya harus memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

2.5.3 Kualitas Layanan Dalam Pandangan 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. 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:

ان احسنتم احسنتم لانفسكم وان اساتم فلها
فاذا جاء وعد الاخرة ليسئوا وجوهكم وليدخلوا المسجد كما دخلوه اول مرة
وليتبروا واما علو تنبيرا ﴿٧﴾

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.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas (Antonio:2000).

Dalam pandangan Islam, ada enam ciri pelayanan yang menjadi pedoman. (Tho'in, 2011).

- a. Jujur berarti tidak berbohong, mengarang informasi, mengkhianati orang lain, atau melanggar kesepakatan.
- b. Selalu amanah dan terpercaya (*Al-Amanah*), terutama dalam menjalankan bisnis.
- c. *Al-Kazib* sangat terhormat dalam menjalankan bisnisnya dan tidak curang. Tidak pernah tidak jujur, seperti cara Nabi Muhammad SAW dalam bertransaksi dan berdagang.
- d. Tepati janji, jangan ingkar ini adalah pola pikir para pebisnis yang selalu menepati janji kepada pelanggan dan

rekan kerja (pesaing).

- e. Melayani dengan kerendahan hati (*Khidmah*) yang dicirikan oleh sikap yang baik, sopan santun, senyuman, kecenderungan untuk mengalah dan rasa kewajiban.
- f. Jangan lupakan kehidupan setelah kematian. Artinya, seseorang tidak boleh terlalu memikirkan kebutuhannya sendiri ketika melakukan pekerjaannya demi mengejar kekayaan materi, mengabaikan imbalan di akhirat. Oleh karena itu, kita harus berdoa dan sholat sebelum habis waktunya.

2.5.4 Manfaat Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2005:80), Manfaat dari kualitas layanan ada dua yaitu:

1. Kualitas layanan memberikan keuntungan potensi terutama dalam meraih penjualan *profit* yang besar. Caranya yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang unggul, maka pelanggan akan melakukan pembelian atau pemakaian ulang.
2. Kualitas layanan membantu penyedia jasa dalam membuat pelanggan tetap bertahan. Dengan adanya kualitas layanan yang baik, maka akan tercipta kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang sudah ada, bahkan produk-produk baru yang diluncurkan penyedia jasa tersebut.

Dengan kualitas yang memuaskan akan mencerminkan citra perusahaan. Kualitas yang dirasakan pelanggan akan menciptakan

citra perusahaan, sebab kualitas yang bergerak dalam bidang jasa dapat meningkatkan panga pasar. Dengan memperhatikan manfaat kualitas layanan, maka sangat menguntungkan jika penyedia layanan jasa mengalokasikan konsep kualitas jasa demi kelangsungan hidup penyedia jasa tersebut dimasa yang akan datang.

2.5.5 Dampak Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nasabah

Menurut jurnal penelitian dari (Rajagopal Subashini, 2016) disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menyediakan alat yang berguna untuk pelayanan bank-bank di seluruh dunia. Temuan penelitian ini memiliki beragam implikasi potensial untuk pelanggan pedesaan dan perkotaan, bankir, pemerintah dan akademisi. Temuan ini juga memiliki implikasi besar bagi pelanggan untuk menginvestasikan uang mereka di bank asing, bank sektor publik dan swasta. Temuan penelitian ini juga memperluas arahan kepada manajer bank untuk memperluas layanan penuh mereka kepada semua pelanggan tanpa memandang usia, komunitas, geografi dan

kebutuhan pelanggan untuk diintegrasikan dengan faktor-faktor yang tidak sistematis. Kehadiran kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di bank dapat bervariasi dalam konteks layanan perbankan lainnya termasuk layanan teknologi, layanan perbankan seluler, *E-banking* dan layanan pembagian digital dan sebagainya. pemeriksaan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan yang disediakan oleh semua bank di berbagai

fase layanan keuangan perbankan dan inklusi keuangan merupakan bidang penelitian yang sangat penting. Pada dasarnya seorang konsumen pasti menginginkan pelayanan yang prima, dan jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai bahkan melebihi harapannya tentu dia akan merasa puas. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja dengan hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap layanan *Action* yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penulis telah menemukan beberapa penelitian yang terkait dan menemukan beberapa persamaan maupun perbedaan dengan penelitian yang telah diteliti. Maka, penulis menarik beberapa penelitian tersebut antara lain:

Pertama Nasar (2022) dengan skripsi yang berjudul “Analisis Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bara Kota Palopo)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi nasabah terhadap penggunaan *Mobile Banking* dan untuk mengetahui bagaimana sikap nasabah terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Jenis penelitian merupakan penelitian kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kecamatan Bara Kota Palopo. Persamaan dari penelitian ini adalah Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara, dokumentasi dan objeknya yaitu

Mobile Banking. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya, penelitian ini untuk mengetahui persepsi apa yang mempengaruhi nasabah terhadap layanan *Action* pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, sedangkan penelitian sebelumnya untuk mengetahui bagaimana persepsi sikap terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* pada masyarakat kecamatan Bara kota Palopo.

Kedua, Zikrillah Irwanda (2022) dengan skripsi yang berjudul “Aplikasi *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi milenial terhadap layanan *Mobile Banking Action*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Subjek dari penelitian ini yaitu generasi milenial. Persamaan dari penelitian ini adalah Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan objeknya yaitu *Mobile Banking Action*. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang di teliti, penelitian ini terhadap nasabah Bank Aceh sedangkan penelitian sebelumnya pada generasi milenial.

Ketiga, Iwan Saputra (2021) dengan skripsi yang berjudul “Persepsi Nasabah Pada Layanan *Mobile Banking* BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi nasabah mengenai aplikasi *Mobile Banking*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan informanya adalah nasabah bank. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya, jika penelitian ini di Bank

Aceh Syariah Cabang Banda Aceh dan penelitian sebelumnya di BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu.

Keempat, Ubah Septiana (2021) dengan skripsi yang berjudul “Analisis Persepsi Generasi Milenial Dalam Menggunakan M-Banking (Studi kasus PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kep Stabat)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi generasi milenial dalam menggunakan *Mobile Banking* dan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank untuk menarik minat generasi nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan objeknya adalah *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya, penelitian ini untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap layanan *Action* pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, sedangkan penelitian sebelumnya untuk mengetahui persepsi generasi milenial dalam menggunakan *M- Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat.

Kelima, Senja Pratiwi (2019) dengan skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Negara Indonesia Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan *Mobile Banking* BNI Syariah dan untuk mengetahui faktor apa saja yang membentuk persepsi

mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan *Mobile Banking* BNI Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan objeknya adalah *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya, penelitian ini untuk mengetahui persepsi nasabah pada PT Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. sedangkan penelitian yang sebelumnya untuk mengetahui persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.



Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	<p>Nasar (2022) Analisis Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bara Kota Palopo)</p>	<p>Analisis Kualitatif Deskriptif, yang terdiri dari Mengumpul an data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan</p>	<p>Persepsi dari setiap informan terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> bernilai positif dalam artian <i>mobile banking</i> memberikan kemudahan dan kemanfaatan bagi setiap nasabah perbankannya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan terletak pada objek yang dikaji yaitu <i>Mobile Banking</i> 2. Perbedaan penelitiannya adalah subjekpadapenelitian iniadalah nasabah Bank Aceh Syariah sedangkan penelitian sebelumnya adalah masyarakat kecamatan Bara Kota Palopo
2	<p>Irwanda (2022) Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Aceh Syariah (<i>Action</i>) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial.</p>	<p>Analisis Kualitatif Deskriptif, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan</p>	<p>Persepsi baik lebih banyak dibandingkan persepsi tidak baik, karena sebagian besar masyarakat terbantu dengan berbagai fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi <i>Action</i> yang memudahkan masyarakat dalam transaksi sehari-hari.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan terketak pada objeknya yaitu <i>Mobile Banking Action</i> 2. Perbedaannya terletak pada subjeknya penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah sedangkan penelitian sebelumnya adalah Generasi Milenial

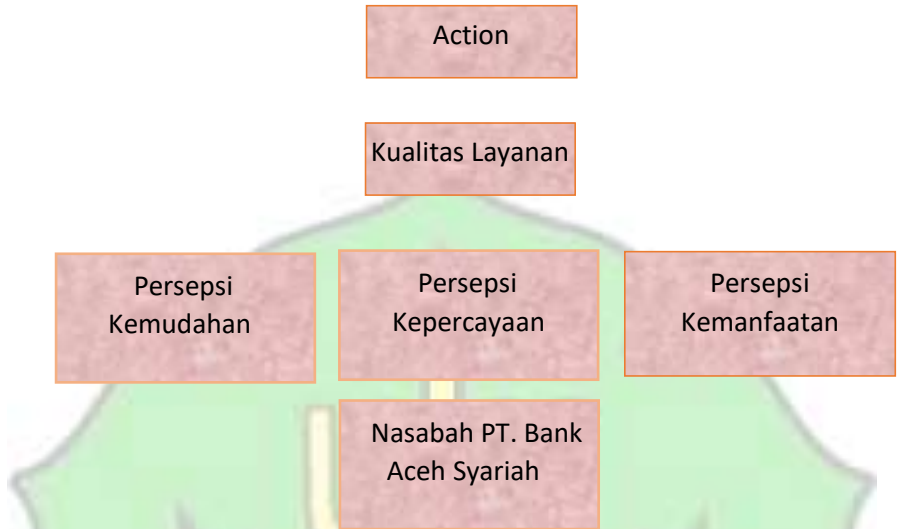
3	<p>Saputra (2021) Persepsi Nasabah Pada Layanan <i>Mobile Banking</i> BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu</p>	<p>Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi</p>	<p>Pengetahuan Nasabah pada layanan <i>Mobile Banking</i> yang memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaannya, sama-sama mengkaji tentang layanan <i>Mobile Banking</i> 2. Perbedaannya terletak pada objek dan subjeknya
4	<p>Septiana (2021) Analisis Persepsi Generasi Milenial Dalam Menggunakan <i>M-Banking</i> (Studi kasus PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kep Stabat)</p>	<p>Analisis Kualitatif Deskriptif, yang terdiri dari mengelola data, reduksi data, verifikasi, menganalisis data.</p>	<p>Persepsi yang mempengaruhi Generasi Milenial dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> diantaranya Persepsi Keamanan sistem <i>M-Banking</i> Persepsi Kemudahan suatu <i>website</i> untuk di akses, Persepsi Privasi Pengguna, Persepsi Kehandalan Layanan 24 jam, Persepsi Kredibilitas Perusahaan jasa layanan dan Persepsi Kecepatan koneksi jaringan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaannya terletak pada objeknya yaitu <i>Mobile Banking</i> 2. Perbedaannya terletak pada subjeknya yaitu penelitian ini adalah nasabah Bank sedangkan penelitian sebelumnya adalah Generasi milenial

5	<p>Pratiwi (2019) Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Negara Indonesia Syariah</p>	<p>Analisis Kualitatif Deskriptif, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan</p>	<p>Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i> BNI Syariah masih berdasarkan pengetahuannya terhadap layanan <i>Mobile Banking</i> BNI Syariah ini sendiri, hal ini dilihat dari banyaknya mahasiswa yang mengatakan jika layanan ini memberikan kemudahan dalam Bertransaksi baik transfer ataupun pengecekan saldo. Manfaat yang didapatkan, kesulitan yang dirasakan, penerapannya pada mahasiswa serta kesesuaiannya dengan prinsip Syariah.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaannya terletak pada objeknya yaitu <i>Mobile Banking</i> 2. Perbedaannya terletak pada subjeknya, penelitian ini adalah nasabah Bank sedangkan penelitian sebelumnya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
---	---	---	---	---

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



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, nasabah 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 nasabah PT. Bank Aceh Syariah tentang hadirnya layanan *Mobile Banking Action*.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, kami menggunakan analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian menggunakan teknik kualitatif deskriptif sering tidak termasuk penggunaan perhitungan numerik, tetapi komunikasi ide atau wawancara penelitian yang berkaitan dengan data yang dikumpulkan dari orang yang diteliti (Fatoni dan Sidiq, 2019). Peserta individu atau kolektif dalam penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan dan mengamati peristiwa, kegiatan sosial, sikap, pandangan, dll. Studi deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memberikan gambar yang jelas dan tepat sejalan dengan data tentang partisipasi. Studi ini juga sesuai dengan kriteria untuk penelitian lapangan. Karena fokus penelitian ini adalah pada masalah dan situasi konkret, daripada pertimbangan teoretis yang terkandung dalam tulisan dan makalah yang belum diuji, penelitian ini dapat diterapkan pada situasi dunia nyata (Bungin, 2013). Karena partisipasi peneliti dalam pencapaian yang sedang dipelajari (di BAS cabang Banda Aceh), penyelidikan semacam ini juga dikenal sebagai penelitian lapangan. Penelitian ini memutuskan, "Populasi target dalam penelitian ini adalah semua Nasabah dari BAS cabang Banda Aceh," sebagai orang yang akan dianalisis. Populasi dalam penelitian ini adalah 10 Nasabah dari cabang BAS Banda Aceh. Para peneliti menggunakan metode yang

disebut "pengambilan sampel insidental" untuk mendapatkan tanggapan dari peserta. Dalam metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai "pengambilan sampel insidental," siapa pun yang diteliti oleh peneliti secara kebetulan memenuhi syarat untuk dimasukkan jika mereka dianggap sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka lokasi penelitian akan dilakukan pada nasabah PT. Bank Aceh cabang Banda Aceh. Alasan peneliti melakukan penelitian di PT. Bank Aceh cabang Banda Aceh Yaitu, karena kota Banda Aceh merupakan kota yang paling maju diantara kabupaten lainnya yang ada di Aceh baik secara ekonomi maupun pendidikan dan sebagian besar masyarakat Banda Aceh sudah menggunakan aplikasi *Action* tetapi di luar faktanya masih banyak nasabah juga yang tidak menggunakan aplikasi *Action*, dikarenakan pemahaman terhadap penggunaan dan resiko tentang *mobile banking* masih awam dan banyak nasabah tidak mengetahui layanan *Mobile Banking* yang ditawarkan oleh pihak bank, nasabah hanya mengetahui bank itu hanya tempat untuk mengirim uang dan menyimpan uang dengan cara datang ke Bank Langsung. maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi nasabah pada Bank Aceh cabang Banda Aceh terhadap layanan *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*).

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiono (2013) Objek penelitian adalah suatu sifat dari objek yang peneliti pilih untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian adalah sesuatu yang akan menjadi perhatian di dalam sebuah penelitian hal ini dikarenakan objek penelitian merupakan sesuatu yang hendak di capai agar mendapatkan jawaban jalan keluar dari permasalahan yang terjadi. Pada penelitian ini, peneliti terfokus pada persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah* di kota Banda Aceh dimana objeknya adalah PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

3.3.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang paham betul mengenai apa yang sedang diteliti, dan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti mendeskripsikan subjek penelitian sebagai titik fokus dan sasaran pengamatan atau informan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penentuan subjek pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang mana teknik *Purposive Sampling* ini merupakan salah satu jenis teknik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam karya ilmiah. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memilih subjek yang sesuai dengan hal-hal yang telah ditetapkan

oleh peneliti dalam penelitiannya. Dengan kata lain, *Purposive Sampling* mengacu pada subjek-subjek dengan syarat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti itu sendiri (Basrowi dan Suwandi, 2008). Subjek pada penelitian ini berjumlah 10 orang informan, yaitu nasabah pada PT Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang dibutuhkan yaitu kata-kata dan tindakan orang yang diamati dan diwawancarai merupakan data utama (primer).

Menurut Sugiyono (2010) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer terbagi atas wawancara, survei, eksperimen, dokumentasi. Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh yang menjadi sumber data berjumlah 10 orang.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

Posisi Jabatan	Keterangan	Tujuan wawancara	Jumlah
Pengusaha	Nasabah yang melakukan transaksi menggunakan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online).	Untuk mengetahui pendapat nasabahtentang apa saja yang mereka rasakan terhadap kemudahan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online), apakah hal tersebut membuat persepsi nasabah merasa puas atau merasa tidak puas dengan adanya aplikasi <i>Action</i> serta layanan yang diberikan oleh <i>Action</i> .	4
PNS	Nasabah yang melakukan transaksi menggunakan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online)	Untuk mengetahui pendapat nasabahtentang apa saja yang mereka rasakan terhadap kemudahan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online), apakah hal tersebut membuat persepsi nasabah merasa puas atau merasa tidak puas dengan adanya aplikasi <i>Action</i> serta layanan yang diberikan oleh <i>Action</i> .	2
Mahasiswa	Nasabah yang melakukan transaksi menggunakan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online)	Untuk mengetahui pendapat nasabahtentang apa saja yang mereka rasakan terhadap kemudahan aplikasi <i>Action</i> (Aceh Transaksi Online), apakah hal tersebut membuat persepsi nasabah merasa puas atau merasa tidak puas dengan adanya aplikasi <i>Action</i> serta layanan yang diberikan oleh <i>Action</i> .	4

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling awal dalam suatu penelitian karena tujuan utama dalam suatu penelitian adalah mendapatkan data dan informasi. Untuk mendapatkan data yang

benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dan data yang penulis simpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah dengan cara metode wawancara, dokumentasi, dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian dengan jalan mengadakan dialog dengan responden. Sementara itu dalam buku Burhan bingim mengatakan bahwa wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengancara bertatap muka secara langsung dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti (Arikunto, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur. Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara, termasuk karakteristik sosial budaya, agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan (Mulyana, 2008).

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 (Sugiyuno:2017).

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 mempengaruhi situasi atau orang tertentu.

Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh tentang layanan *Action* melalui wawancara dengan pihak yang terkait. Syarat-syarat informannya sebagai berikut:

- a) Tercatat sebagai penduduk kota Banda Aceh
- b) Nasabah Bank Aceh Syariah
- c) Sudah memiliki usaha atau pekerjaan di kota Banda Aceh
- d) Bersedia untuk diwawancarai dan tidak ada unsur paksaan
- e) Memiliki aplikasi *Action*

Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Indikator Layanan Mobile Banking

No	Indikator	Pertanyaan	Keterangan
1	Persepsi kemudahan	Apakah layanan Aplikasi <i>Action</i> mempermudah anda dalam bertransaksi?	Keterlibatan nasabah dalam melakukan transaksi
		Apakah tampilan fitur di layanan Aplikasi <i>Action</i> mudah untuk di pahami?	Pemahaman nasabah terhadap fitur yang disediakan di Aplikasi <i>Action</i>
		Apa saja layanan kemudahan yang di berikan Aplikasi <i>Action</i> terhadap nasabahnya?	Kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi
2	Persepsi manfaat	Apakah menurut anda Aplikasi <i>Action</i> sangat bermanfaat?	Keterlibatan nasabah dalam memanfaatkan layanan <i>Action</i>
		Bagaimana manfaat yang telah nasabahterima dalam penggunaan layanan <i>Action</i> ?	Jenis pemanfaatan yang diterima oleh nasabah
		Masalah-masalah seperti apakah yang sering muncul pada pemanfaatan layanan <i>Action</i> ?	Kendala nasabah dalam pemanfaatan layanan <i>Action</i>
3	Persepsi kepercayaan	Apakah anda merasa percaya dalam bertransaksi pada layanan <i>Mobile Banking Action</i> ?	Kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan aplikasi <i>Action</i>
		Apa yang membuat nasabah merasa percaya terhadap layanan yang diberikan aplikasi <i>Action</i> ?	Jenis pemanfaatan layanan <i>Action</i> sehingga nasabah merasa percaya

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berupa bahan tulis. Dibandingkan dengan metode lainnya, maka metode ini tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan, sumber datanya masih tetap (belum berubah). Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati Dokumentasi dipilih agar dapat memperoleh

data langsung dari tempat penelitian seperti laporan tertulis, peraturanperaturan, laporan kegiatan, fotofoto, rekaman kegiatan, dan data yang relevan dengan konteks penelitian. Teknik dokumentasi ini digunakan peneliti untuk memperkuat dan meningkatkan keakuratan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Sehingga memungkinkan peneliti dapat menafsirkan, memperkuat hasil wawancara dan observasi dan menguji setiap temuan pada latar penelitian. Dokumentasi dipilih agar dapat memperoleh data langsung dari tempat penelitian seperti laporan tertulis, laporan kegiatan, foto, rekaman kegiatan, dan data yang relevan dengan konteks penelitian. Teknik dokumentasi ini digunakan peneliti untuk memperkuat dan meningkatkan keakuratan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Sehingga memungkinkan peneliti dapat menafsirkan, memperkuat hasil wawancara dan observasi dan menguji setiap temuan pada latar penelitian (Akhmad, 2015). Dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melengkapi foto pada saat wawancara. Hal ini sebagai bukti proses dari penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis kualitatif deskriptif tentang persepsi dari nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh tentang *Action*. Proses selanjutnya adalah mencari dan Menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara,

catatan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam 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. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif (Adhi dkk,2019).

Tiga jenis utama dalam menganalisis 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 Sugiyono (2010) mengatakan analisa data kualitatif berlangsung secara interaktif dan terus menerus sampai aktivitas tersebut selesai. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. 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.

2. *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.
3. *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

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Singkat 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 beberapa kali perubahan Akte, pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh 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 ditetapkannya 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 memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian 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 Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik 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 memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai 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 Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan 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 ditindaklanjuti dengan penandatanganan 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 tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp150 miliar.

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp500 miliar. Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411. AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan

proses perizinan 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 Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP- 44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh Syariah yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Pada akhir 2021, Bank Aceh resmi membuka perwakilan kantor cabangnya di Jakarta tepatnya pada tanggal 20 Desember 2021, yang berlokasi di Jalan HOS Cokroaminoto, Menteng, Jakarta

Pusat. dibukanya Kantor Cabang Bank Aceh di Jakarta merupakan representasi dukungan Pemerintah Aceh terhadap aktivitas layanan transaksi perbankan di tengah persaingan sektor perbankan. kehadiran di Jakarta diharapkan mampu memberikan dukungan bagi akselerasi pengelolaan keuangan, baik kepada sektor privat, swasta, maupun pemerintah daerah.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir 2021 Bank Aceh telah memiliki 515 jaringan Kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 27 Kantor Cabang, 95 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas, 25 Payment Point, 12 Mobil Kas dan 316 unit ATM dan 12 Unit CRM tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di Kota Medan. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

4.1.2 Visi, Misi, Motto dan Logo Bank Aceh Syariah

1. Visi:

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

2. 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.

3. Motto:

a) Kepercayaan

Adalah suatu manifestasi dan wujud bank sebagai Amanah dari nasabah, pemilik, dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan serta mengamankan kepercayaan tersebut.

b) Kemitraan

Adalah suatu jalinan Kerjasama usaha yang erat dan setara antara bank dan nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

4. Logo Bank Aceh Syariah

Gambar 4.1 Logo Perusahaan



Sumber: Bank Aceh Syariah (2023)

Logo perusahaan yang ada di atas sejatinya memiliki filosofi tersendiri bagi perusahaan. Logo Bank Aceh Syariah Bentuk dasar adalah sekuntum bunga Seulanga / Kenanga (*Cananga Odorata / Canangium Odoratum*) yang terkenal akan keharumannya, dengan model ukiran khas Aceh dengan 3 helai kelopak bunga yang mewakili; manajemen Bank Aceh, pemegang saham dan masyarakat Aceh dengan warna: kuning kehijauan – hijau muda – hijau sedang sebagaimana warna bunga kenanga; melambangkan sebuah pertumbuhan dan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat Aceh yang holistik dan menggambarkan dari semangat manajemen dan karyawan untuk terus berusaha melakukan pengembangan bank, dengan mengedepankan kemitraan sehingga mampu menjadi bank kepercayaan / kebanggaan masyarakat Aceh. Bentuk elips seperti bulan sabit berwarna merah terbuka bagian atas dengan posisi miring adalah merupakan gambaran semangat Bank Aceh sebagai wadah lembaga keuangan/perbankan yang membuka peluang informasi dan menampung aspirasi nasabah sebagai mitra sesuai dengan dinamika dan perkembangan zaman dengan tidak meninggalkan identitas kedaerahan dan kaidah yang islami.

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, factor 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 pengelolaannya 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 BankAceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan pelayanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

10. Tabungan Simpel 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. 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: 2023).

4.4 Action Mobile Banking

Action (Aceh Transaksi *Online*) adalah *Mobile Banking* terbaru dari Bank Aceh Syariah guna memberikan kemudahan bertransaksi kapan saja dan dimana saja. *Action* adalah *Mobile Banking* milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh nasabah melalui *smartphone* untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet. Aplikasi ini dapat diunduh di *website* resmi Bank Aceh dan secara gratis di *Appstore* dan *Playstore*, layanan *Mobile Banking*

Action dapat digunakan untuk bertransaksi melalui menu yang disediakan dengan menggunakan media jaringan internet. 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 kartuATM, 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 dibuat padatsaat 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 atau Kas Bank Aceh terdekat. 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. Selalu jaga kerahasiaan *username*, *password*, dan MPIN. Ini merupakan kode pengaman untuk otorisasi transaksi finansial nasabah. Untuk informasi dan bantuan lebih lanjut, silakan menghubungi *Contact Center* 1500845.

Gambar 4.2 Logo Aplikasi Action



Sumber: Bank Aceh Syariah (2023)

Action sendiri adalah singkatan dari Aceh Transaksi Online. Adapun fitur yang terdapat pada *Action Mobile*:

Gambar 4.3 Fitur Aplikasi Action



Sumber: Bank Aceh Syariah (2023)

Fitur yang terdapat pada *Action Mobile*:

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 QRCode, dan Transfer antar bank via ATMB, BI FAST, SKN, dan RTGS);
3. Fitur Pembayaran, Pembelian & Top-Up:
 - 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 Pesawat Garuda Indonesia dan Lion Air/Lion Group
 - e. Pembayaran Tiket Kereta Api Indonesia (KAI)
 - f. Pembayaran Iuran BPJS Kesehatan
 - g. Pembayaran Tagihan Telkomsel Halo (T-Sel Postpaid)
 - h. Pembelian Pulsa Telkomsel (T-Sel Prepaid)
 - i. Pembelian Data Internet Telkomsel, Pembayaran Tagihan Internet Indihome
 - j. Pembayaran Tagihan TV Berlangganan (Transvision dan MNC Vision)
 - k. Pembayaran SAMSAT Aceh, Pembayaran Retribusi Pemkot Banda Aceh (e-Setor)
 - l. Pembayaran Zakat & Infak
 - m. Pembayaran PDAM (Kota Banda Aceh, Kab. Pidie Jaya, Aceh Jaya, Kab. Aceh Besar, Kab. Pidie, Kab. Aceh Timur, Kab. Aceh Tamiang, Kab. Aceh Utara)
 - n. Pembayaran PBB (Kota Banda Aceh, Kab. Aceh Timur, Kota Subulussalam, Kota Lhokseumawe, Kab. Aceh Tamiang)
 - o. Top up e-Walet LinkAja, Gopay, dan OVO
 - p. Top up PengCard dan e-money, Pembayaran via QRIS (Quick Response Indonesian Standard).
 - q. Fitur Lainnya

Fitur *e-Statement (TransAction History)*, Informasi Terkini, *Message Notification (Push Notification)*, Lupa *Username*, Lupa/Buka Blokir MPIN, Lupa/Buka Blokir *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, dan mendukung fitur biometrik yang memberikan akses lebih aman dan nyaman.

4.5 Hasil Penelitian

Penyajian data dalam penelitian ini terlebih dahulu melampirkan *data-data* yang didapatkan melalui wawancara, kemudian dilanjutkan dengan melampirkan data pendukung yang didapatkan melalui wawancara kepada 10 nasabah Bank Aceh cabang Banda Aceh sebagai *informan* pendukung. Setelah menyajikan kedua data tersebut baru kemudian peneliti mengelompokkan data-data yang sama dan sesuai dengan topik yang ingin dibahas sebelum diteruskan ke pembahasan.

Pada sub-bab ini akan dijabarkan hasil wawancara dari semua informan yang merupakan nasabah Bank Aceh cabang Banda Aceh terkait pertanyaan mengenai Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Action (Aceh Transaksi Online) Pada PT Bank Aceh Syariah. Ada 12 pertanyaan yang ditanyakan kepada nasabah sebagai berikut:

4.5.1 Layanan *Mobile Banking Action* (Aceh Transaksi Online)

Layanan *Mobile Banking Action* adalah suatu fasilitas *Mobile banking* Bank Aceh Syariah bagi para nasabahnya, yang memiliki akses ke rekening tabungan nasabah untuk melakukan transaksi secara online, aplikasi ini dapat digunakan di mana dan kapanpun melalui ponsel. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi *Mobile Banking Action* tidak berbeda jauh dengan pelayanan ATM Bank Aceh Syariah, antara lain pengecekan saldo, transfer saldo, pembayaran kebutuhan sehari-hari, pembayaran zakat, dan lain-lainnya.

Pelayanan dapat diinterpretasikan suatu aksi atau kegiatan individu atau organisasi sebagai maksud mempersembahkan kepuasan untuk nasabah, maupun sesama pegawai. Dalam perbankan, bisa diartikan bahwa pelayanan sebagai sebuah sikap, perilaku, atau dengan tujuan untuk memudahkan nasabah, memberikan informasi atau memberikan kepuasan. Pelayanan merupakan rangkaian kegiatan yang ditawarkan individu atau organisasi kepada pelanggan. Pelayanan dikatakan berhasil apabila nasabah menunjukkan *feedback* positif seperti misalnya mengulang pembelian produk atau jasa yang ditawarkan organisasi tersebut. Kualitas merupakan takaran mutu yang diharapkan dan pengelolaan keragaman ketika tingkatan itu tercapai. Kualitas adalah tanggungan unggul untuk loyalitas pelanggan, lantaran merupakan benteng cakup melawan persaingan, peluang menuju progres juga penjualan yang berkelanjutan. Sedangkan pada kualitas pelayanan didefinisikan

sebagai suatu konteks dinamis berkaitan pada produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang melampaui ekspektasi nasabah (Syahroni, 2018).

Pada bagian pertanyaan sudahkah pihak bank melakukan pelayanan terbaik pada anda saat menggunakan aplikasi *Action Bank Aceh Syariah*. Menurut pendapat mereka pihak bank sudah melakukan pelayanan terbaik dalam aplikasi *Action*. Pada bagian pertanyaan bagaimana pelayanan yang diberikan aplikasi *Action Bank Aceh Syariah* kepada anda.

Menurut Responden 2 (Pengusaha) pelayanan *Action Mobile* sangat membantunya untuk melakukan pembayaran apapun seperti tagihan listrik dan pengisian pulsa dan data internet. Menurut Responden 3 (Pengusaha) pelayanan yang diberikan sangatlah efisien, gratis sekaligus praktis, dapat dipakai untuk keperluan setiap hari, hemat ongkos operasional, irit waktu, dan bisa melakukan transfer uang non tunai. Menurut Responden 4 (Pengusaha) layanan *Action* sangat membantunya dalam melihat saldo rekening, karena dia tidak perlu ke ATM terdekat, cukup hanya memanfaatkan layanan, dan dia dapat memeriksa saldo kapan saja di mana saja dengan netbook, tablet, atau gadget yang lain, plus jaringan internet.

Menurut Responden 5 (PNS) pelayanannya sangat bagus, karena selama dia menggunakannya tidak ada masalah apa-apa justru sangat membantu kehidupannya dengan tidak membuang waktu harus melakukan transaksi ke bank langsung. Menurut Responden 6 (PNS) layanan *Action* sangat membantunya dalam

melakukan transportasi karena dia bisa membeli langsung ticket pesawat melalui aplikasi *Action* tersebut khususnya untuk Garuda Indonesia dan Lion Air dan juga bisa untuk membeli ticket kereta api khususnya untuk KAI. Menurut Responden 7 (Mahasiswa) masih ada layanan yang kurang seperti jadwal shalat, karena kita harus membuka terlebih dahulu aplikasi *Action* untuk melihat jadwalnya, seharusnya dengan cara memunculkan notif informasi jadwal shalat dari handphone lebih memudahkan untuk pengingat waktu shalat. Menurut Responden 8 (Mahasiswa) dia sangat puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi *Action* karena bisa membantunya dalam membayar biaya kuliah khususnya (Universitas UIN Ar Raniry dan Universitas Teuku Umar) dengan tidak perlu mengantri di bank. Menurut Responden 9 (Mahasiswa) layanan yang di berikan sudah lumayan lengkap, dia bisa melakukan pembayaran hanya dengan menggunakan QRIS yang terdapat pada aplikasi *Action* tersebut. Menurut Responden 10 (Mahasiswa) layanan *Action* bisa membantunya jika dia berada di manapun, seperti saat dia kesusahan untuk melihat arah kiblat, karena layanan *Action* bisa membantunya untuk melihat arah kiblat.

4.5.2 Persepsi Kemanfaatan

Penelitian Cahyo (2014), mengartikan bahwa persepsi kemanfaat dapat digunakan dan berfungsi untuk tujuan mendatangkan keuntungan. Selanjutnya Shun Wang et al. (2019) pada penelitiannya menunjukkan definisi yang sama bahwa individu meyakini bahwa pada pemanfaatan sistem mampu meningkatkan

kinerjanya. Persepsi kemanfaatan merupakan tingkatan individu meyakini apabila pada pemakaian suatu sistem informasi mampu memajukan produktivitas, kinerja, afektivitas penggunaannya. Pada konteks *Mobile banking*, penggunaannya mampu meningkatkan kinerja para nasabah. Setiap individu akan menggunakan *Mobile banking* apabila mereka percaya bahwa penggunaannya akan mendatangkan manfaat untuk menyelesaikan urusan mereka. Begitupun sebaliknya, seseorang tidak berkehendak mengaplikasikan *Mobile banking* jikalau dirasa *Mobile Banking* tidak mendatangkan manfaat yang berarti untuk menyelesaikan segala urusan mereka baik itu tugas maupun pekerjaan. Oleh sebab itu, tingkatan persepsi kemanfaatan pada *Mobile Banking* berpengaruh nasabah dalam mengadopsi layanan *M- Banking* tersebut. Kemanfaatan menggunakan teknologi informasi dapat dilihat dari kepercayaan individu untuk memutuskan penerimaan dan pengenalan teknologi informasi. Tentu saja kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile Banking* ini dapat dirasakan manfaat positifnya. Para pengguna mempercayai bahwa dalam penggunaan *Mobile Banking* akan membantu kinerja mereka dan efisiensi waktu yang akan berdampak positif pada pencapaian prestasi kerja.

Pada bagian pertanyaan apakah menurut Anda *Mobile Banking Action* sangat bermanfaat, menurut pendapat nasabah Aplikasi *Mobile Banking Action* sangat bermanfaat dalam beraktivitas kesehariannya. Pada Bagian pertanyaan bagaimana manfaat yang telah nasabah terima dalam penggunaan layanan *Mobile Banking*

Action, Menurut Responden 1 (Pengusaha) manfaat yang kita dapatkan dalam penggunaan aplikasi *Mobile Banking* ini yaitu dengan bantuan berbagai fitur-fitur yang disediakan di dalamnya kita juga dapat melakukan kontrol pengeluaran dan pemasukan dan ini tertera di dalam aplikasi tersebut sehingga sangat membantu dan sangat bermanfaat dalam melakukan berbagai aktivitas dalam keseharian. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh aplikasi *Action* sangat lengkap dan bermanfaat untuk kehidupannya salah satunya karena bisa bermanfaat untuk melakukan pembayaran iuran asuransi BPJS kesehatan. Menurut Responden 2 (Pengusaha) manfaat yang dapat dirasakan yaitu dia dapat melakukan transaksi transfer atau pengiriman uang kepada siapapun dalam waktu yang singkat. Menurut Responden 3 (Pengusaha) manfaat yang dirasakan yaitu setelah menggunakan Aplikasi *Mobile Banking Action* dia dapat dengan mudah melakukan transfer atau pengiriman uang melakukan pembayaran atau pembelian secara online tanpa harus bertemu langsung dengan pembeli atau penjual. Menurut Responden 4 (Pengusaha) manfaat dari *Mobile Banking Action* yaitu memiliki akses ke rekening tabungannya dengan mudah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi Secara online, aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun melalui ponsel baik Android maupun Ios.

Menurut Responden 5 (PNS) yaitu memberikan manfaat kepada nasabah dalam bertransaksi seperti transfer uang, melihat saldo, dan lain sebagainya. Menurut Responden 6 (PNS) yaitu

bermanfaat dalam melakukan transaksi non tunai. Menurut Responden 7(Mahasiswa) bermanfaat dalam melakukan pembelian pulsa telepon dengan tidak perlu datang langsung ke konter pulsa. Menurut Responden 8 (Mahasiswa) bermanfaat dalam melihat arah kiblat dan waktu shalat. Menurut Responden 9 (Mahasiswa) yaitu dapat menghemat waktu, tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mengantri di bank atau sekedar keluar mencari mesin ATM untuk bertransaksi, dengan berdiam dirumah transaksi perbankan sudah bisa dilakukan. Menurut Responden 10 (Mahasiswa) manfaat yang di dapatkan adalah bagi mereka yang mempunyai online shop dapat bermanfaat untuk penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi tidak perlu bertemu langsung atau ke ATM karena bisa langsung transfer melalui aplikasi *Mobile Banking Action*.

Pada bagian pertanyaan masalah seperti apa yang sering muncul pada pemanfaatan layanan *Mobile Banking Action*, Menurut Responden 1 (pengusaha) masalah yang muncul saat penggunaan aplikasi *Mobile Banking Action* ini yaitu sederhana, terkadang manfaat dari penggunaan aplikasi *Mobile Banking Action* ini tidak dapat seluruhnya dijangkau oleh nasabah khususnya bagi nasabah pedalaman dan belum mengerti benar tentang teknologi dan mereka masih awam, ini termasuk juga dari pengalaman saya sendiri yaitu orang tua saya, yang belum begitu memahami cara penggunaan aplikasi *Mobile Banking Action* ini sehingga tidak mampu untuk mengoperasikannya. Menurut Responden 2 (Pengusaha)

masalahnya yaitu tidak bisa melakukan penarikan tunai. karena semua jenis transaksi hanya menggunakan via *handphone*, jadi tidak bisa melakukan penarikan uang tunai seperti datang langsung ke bank atau melalui ATM. Menurut Responden 3 (Pengusaha) masalah yang sering muncul yaitu bergantung pada pulsa dan jaringan, transaksi dengan *mobile banking* mungkin terlihat mudah, tapi setiap transaksi yang dilakukan harus dengan dukungan yang memadai dari *handphone*. Bertransaksi harus dipastikan bahwa kartu seluler yang di gunakan memiliki pulsa dan jaringan yang lancar. Menurut Responden 4 (Pengusaha) masalah dalam penggunaan aplikasi *Mobile* sejauh ini belum ada, dia merasa belum ada kendala yang pernah dialaminya saat menggunakan aplikasi *Action*. Menurut Responden 5 (PNS) masalahnya yaitu rawan kejahatan, Bila tidak berhati-hati dalam menyimpan PIN dan menaruh *handphone*, mungkin akan terjadi tindakan kejahatan seperti kehilangan *handphone* dan pelaku kejahatan tersebut akan melakukan transaksi dengan kartu seluler tersebut tanpa sepengetahuan pemiliknya. Menurut Responden 6 (PNS) masalah lainnya yang sangat sering terjadi yaitu Jaringan yang kadang terganggu. Menurut Responden 7 (Mahasiswa) yaitu permasalahannya terkadang saat kita melakukan transaksi tidak bisa padahal saldo sudah berkurang masalah ini terjadi karena kemungkinan aplikasi sedang error. Menurut Responden 8 (Mahasiswa) yaitu kehilangan koneksi dan putus jaringan. Menurut Responden 9 (Mahasiswa) belum ada permasalahan dan kendala

yang dialaminya. Menurut Responden 10 (Mahasiswa) Masalah yang terjadi adalah aplikasi *Action* masih kurang aman karena hanya memasukkan PIN sekali saja saat akan masuk ke aplikasi, tetapi untuk pengecekan saldo, melihat mutasi, dan lain sebagainya tidak perlu memasukkan PIN lagi hal tersebut bisa menimbulkan rawan kejahatan.

4.5.3 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkatan sejauh mana individu percaya bahwasanya dalam menggunakan sistem teknologi tertentu bakal terhindar atas usaha (mudah) (Mazzon dan Hernandez, 2010). Konsepsi ini memberi pemaparan mengenai sasaran pemakaian teknologi informasi juga keluasaan pemakaian sistem informasi tersebut agar sesuai dengan keinginan pengguna. Apabila suatu sistem teknologi yang ada dipersepsikan mudah untuk digunakan pengguna, selanjutnya para pengguna akan terdorong untuk menerima juga mengadopsi sistem teknologi tersebut untuk mereka gunakan. Persepsi kemudahan merupakan tingkatan kepercayaan bahwa dalam pemakaian sistem teknologi tentu terhindar atas upaya yang keras maka dapat mengimbangi reaksi penetapan ketetapan dalam menggunakan sistem teknologi (Jogiyanto, 2005). Apabila individu berpikir bahwa sistem informasi senang dipakai, mereka berkenaan memakainya. Kebalikanya, apabila individu merasa sistem informasi pelik digunakan, mereka sukar mengadopsinya. Pada riset terdahulu pun mengekspos jika konsep persepsi kemudahan memberi pengaruh pada persepsi

kemanfaatan, minat, sikap, dan penggunaan secara aktual. Persepsi kemudahan merupakan tingkatan kepercayaan bahwa dalam pemakaian sistem teknologi tentu terhindar atas upaya yang keras maka dapat mengimbangi reaksi penetapan ketetapan dalam menggunakan sistem teknologi. Apabila individu berpikir bahwa sistem informasi senang dipakai, mereka berkenaan memakainya. Kebalikanya, apabila individu merasa sistem informasi pelik digunakan, mereka sukar mengadopsinya.

Pada bagian pertanyaan apakah layanan di Aplikasi *Mobile Banking Action* mempermudah Nasabah dalam bertransaksi, menurut pendapat nasabah Aplikasi *Mobile Banking Action* mempermudah mereka dalam melakukan bertransaksi. Pada bagian pertanyaan apakah tampilan fitur di layanan Aplikasi *Mobile Banking Action* mudah untuk dipahami, menurut pendapat nasabah tampilan fitur di layanan Aplikasi *Mobile Banking Action* mudah untuk dipahami. Pada bagian apa saja layanan kemudahan yang di berikan *Mobile Banking Action* terhadap nasabahnya, Menurut pengalaman pribadi Responden 1 (Pengusaha) dia merasa dengan adanya aplikasi *Mobile Banking* dapat mempermudah proses transaksi mengirim dan menerima juga sangat mudah dijangkau di manapun berada dan ini tergantung kepada koneksi jaringan yang bagus, menurutnya semua nasabah juga harus mengikuti perkembangan zaman yang telah banyak berubah yaitu lebih banyak menggunakan teknologi. Menurut Responden 2 (Pengusaha) bahwa dengan adanya aplikasi *Mobile Banking*, dia merasa sudah sangat

mudah melakukan transaksi tanpa harus keluar ke ATM ataupun ke Bank.

Menurut Responden 3 (Pengusaha) aplikasi *Mobile Banking Action* memudahkan transaksi non finansial dan transaksi finansial tanpa harus datang ke cabang bank, namun cukup menggunakan perangkat telepon seluler ataupun perangkat elektronik lainnya yang memiliki akses internet. Contoh transaksi non finansial: info saldo, info mutasi rekening, dan lain-lain. Menurut Responden 4 (Pengusaha) aplikasi *Mobile Banking Action* ini dapat membantu transfer pengiriman uang ke nasabah lainnya dan juga dapat mempermudah pembayaran ataupun pembelian online dengan menggunakan uang elektronik. Menurut Responden 5 (PNS) kemudahan yang didapat melalui aplikasi *Mobile Banking Action* ini yaitu mempermudah melaksanakan transfer atau pengiriman uang, melihat saldo akhir, melakukan pembayaran pemesanan di e-commerce, membeli token listrik PLN, melakukan pembelian pulsa. Menurut Responden 6 (PNS) aplikasi *Mobile Banking Action* mempermudahnya dalam melakukan penambahan rekening lain dalam aplikasi *Action Mobile* dengan menggunakan menu rekeningku yang terdapat pada aplikasi *Action Mobile*. Menurut Responden 7 (Mahasiswa) kemudahandalam penggunaan aplikasi *Mobile Banking Action* salah satunya yaitu dapat melakukan pembayaran dalam segala bentuk seperti bagian pulsa dan lain sebagainya. Menurut Responden 8 (Mahasiswa) Menurut pengalaman pribadinya kemudahan dalam penggunaan aplikasi

Mobile Banking Action yaitu seperti dapat melakukan transfer antar bank lain dan ada pengingat waktu shalat. Menurut Responden 9 (Mahasiswa) kemudahan yang pernah didapat menurut pengalaman pribadinya yaitu aplikasi *Mobile Banking Action* dapat memudahkannya untuk melihat sisa saldo dan mutasi rekening. Menurut Responden 10 (Mahasiswa) aplikasi *Mobile Banking Action* lebih fleksibel, bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja selama 24 jam selama didukung oleh jaringan internet.

4.5.4 Persepsi kepercayaan

Menurut Setiadi (2013) kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Kepercayaan tersebut dapat berupa pengetahuan, serta kepercayaan juga dapat membentuk suatu citra produk dan merek. Menurut Colquitt (2018) dalam suatu bisnis kepercayaan pada pengguna sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap tingkat kelayakan pengguna sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan. Dalam suatu perusahaan jasa, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat service yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan-kepercayaan individual terhadap teknologi informasi dibentuk dari tiga faktor yaitu faktor institutional, sosial, dan individual. Untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap pihak lainnya, kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan

rasa percaya tersebut. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan dalam memberikan kepercayaan kepada penggunanya.

Pada bagian pertanyaan apakah anda sudah merasa percaya dalam melakukan transaksi pada aplikasi *Mobile Banking Action*, menurut pendapat nasabah, nasabah sudah banyak yang merasa percaya dalam menggunakan aplikasi *Action* namun sebagian dari nasabah ada yang masih kurang percaya dalam menggunakan aplikasi *Action*. Pada bagian pertanyaan mengapa anda merasa percaya dalam melakukan transaksi pada aplikasi *Mobile Banking Action*, Menurut Responden 1 (Pengusaha) pengguna mempercayai bahwa dalam penggunaan *Mobile banking* akan membantu kinerja mereka dan efisiensi waktu yang akan berdampak positif pada pencapaian prestasi kerja. Menurut Responden 2 (Pengusaha) dia percaya dengan menggunakan aplikasi *Action* akan lebih memudahkan mereka dalam melakukan transaksi sehari-hari. Menurut Responden 3 (Pengusaha) dia merasa layanan *Action Mobile* selalu akurat sehingga kepercayaan dia dalam menggunakan *Action* tidak pernah berkurang. Menurut Responden 4 (Pengusaha) dia percaya bahwa bertransaksi di *Mobile Banking Action* sudah aman karena menggunakan PIN.

Menurut Responden 5 (PNS) dia percaya karena dia merasa sistem pada *Action Mobile* tidak pernah salah dalam memproses transaksi. Menurut Responden 6 (PNS) dia masih kurang percaya dikarenakan *Action Mobile banking* terkadang salah dalam memproses transaksi seperti transfer ke rekening lain akan tetapi

uangnya belum masuk, kesalahan dalam jumlah atau mutasi dan sebagainya. Menurut Responden 7 (Mahasiswa) dia juga masih kurang percaya dalam melakukan transaksi pada *Action Mobile* dikarenakan keamanan yang diberikan masih kurang, seperti saat ingin login ke aplikasi *Action* tersebut hanya perlu memasukkan PIN di awalnya saja, tetapi saat mengecek saldo, melihat mutasi dan fitur-fitur lainnya yang terdapat di *Action* tidak perlu mengulang untuk memasukkan PIN Kembali.

Menurut Responden 8 (Mahasiswa) dia masih kurang percaya karena Rawan kejahatan bilakurang hati-hati. Setiap transaksi harus ada verifikasi atau menyertakan PIN untuk validasi kepemilikan rekening. Bila tidak berhati-hati dalam menyimpan PIN dan menaruh handphone, mungkin akan terjadi tindakan kejahatan seperti kehilangan handphone dan pelaku kejahatan tersebut akan melakukan transaksi dengan kartu seluler tersebut tanpa sepengetahuan pemiliknya. Menurut Responden 9 (Mahasiswa) dia percaya untuk menggunakan Aplikasi *Action* karena sangat membantunya dalam melakukan bisnis, karena lebih canggih untuk melakukan pembayaran hanya dengan bertransaksi di *Mobile Banking* dengan cara transfer dan bisa juga menggunakan QRIS, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Menurut Responden 10 (Mahasiswa) dia masih kurang percaya dalam menggunakannya,

karena bisa saja terjadinya teror *Cyber Crime* yaitu jenis kejahatan yang dilakukan melalui komputer dan jaringan. Kekurangan utama dari internet banking ini terlebih jika nasabah kurang hati-hati. Nasabah dan bank perlu hati-hati atas resiko pencurian data nasabah oleh hacker yang dapat menyusup ke sistem pengamanan.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Persepsi Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking*

Action

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah peneliti sajikan sebelumnya. 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.

Layanan *Mobile Banking Action* sudah berusaha melakukan tingkat service yang sangat memuaskan bagi nasabah yang menggunakannya agar mereka merasa puas dan tidak ada penyesalan saat menggunakan Aplikasi *Mobile Banking Action*. Layanan *Mobile banking Action* sudah menjamin *keamanannya* dengan cara menggunakan MPIN untuk login ke aplikasi *Action*,

dengan cara nasabah harus benar-benar menjaga MPIN dengan baik jangan sampai seseorang mengetahuinya

Sebagian besar nasabah Bank Aceh Syariah cabang 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 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 nasabah 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.

Tetapi masih ada juga beberapa nasabah 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*. Oleh karena itu pembahasan lebih rinci mengenai persepsi baik dan tidak baik nasabah akan dijelaskan dibawah ini.

4.6.1.1 Persepsi kemanfaatan

Dari deskripsi hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi nasabah terhadap kemanfaatan layanan *Mobile Banking Action* sudah sangat bermanfaat dan berguna bagi nasabah yang menggunakannya karena mereka tidak perlu lagi mengantri di bank untuk melakukan transaksi perbankan, tetapi hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah sudah bisa melakukan transaksi dimana pun dan kapan pun. Semua layanan yang terdapat pada aplikasi *Action* juga sangat bermanfaat bagi nasabah yang menggunakannya.

Seperti 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. Seperti salah satu informan Adrian Zubairi (24 tahun) seorang pengusaha yang berpersepsi bahwa: *“Aplikasi Action Mobile sudah sangat bermanfaat dalam memnuhi kebutuhan sayadalam melakukan transaksi pada usaha saya untuk membeli perlengkapan yang saya butuhkan seperti pembelian di online shop, saya hanya perlu mentransfer ke bank manapun tanpa harus membuang waktu saya keluar rumah untuk melakukan transaksi”*, jadi menurutnya transaksi dengan menggunakan aplikasi *mobile banking Action* lebih mudah dibandingkan harus ke bank atau ATM.

Layanan *Action* bermanfaat bagi nasabah yang ingin melakukan pembayaran BPJS Kesehatan seperti salah satu informan Bernama ibu Maya Malinda (42 tahun) seorang PNS yang memberikan persepsi: *“Layanan Action sangat bermanfaat bagi saya, karena terdapat layanan Asuransi, saya dapat dengan mudah melakukan pembayaran iuran Asuransi BPJS Kesehatan dengan mudah dengan cara memasukkan no. VA peserta lalu pilih periode bayar dan pembayaran pun selesai tidak perlu harus datang ke kantor cabang BPJS hanya perlu dari Mobile Banking saja pembayaran sudah selesai”*

Selain itu ada juga fitur ZIS (Zakat Infaq Sedekah) yang membuat nasabah bisa selalu berbagi kepada sesama tanpa harus face to face dengan masyarakat atau tanpa harus datang ke Baitul Mall. Salah satu informan yang bernama Mariana (48 tahun) seorang PNS dia memberikan persepsi tentang layanan ZIS pada aplikasi *Action*, beliau mengatakan: *“Action mobile memang aplikasi yang*

sangat bermanfaat dan canggih karena memiliki berbagai fitur Islami yang dapat membantu saya melakukan transaksi pembayaran, bersedakah, dan membayarinfaq”. Ini terbukti bahwa layanan ZIS pada aplikasi Action cukup membantu nasabah dan nasabah pun memberikan persepsi positif terhadap layanan ZIS di aplikasi Action.

Layanan Action juga bermanfaat karena adanya layanan PDAM dan pembayaran listrik yang membuat urusan rumah tangga menjadi lebih gampang dengan layanan ini nasabah tidak perlu pergi ke tempat pembayaran PDAM, seperti yang dikatakan oleh seorang Mahasiswa Meriyam Aprilida Putri (23 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 nasabah” 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 seorang pengusaha Edi Putra Suwika (26 tahun) bahwa “Layanan pembayaran listrik sangat bermanfaat untuk membantu saya dalam membayar listrik 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”.

Pembahasan di atas diperkuat dengan 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.

Action juga dilengkapi dengan fitur layanan Pendidikan yang bermanfaat untuk memudahkan mahasiswa membayar uang perkuliahan, layanan ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa agar tidak perlu lagi antri ke bank untuk membayar uang perkuliahan. Menurut seorang Mahasiswa Shara Vannisa (22 tahun) “Action sangat 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 nasabah layanan *mobile banking Action* sangat bermanfaat dimata penggunanya.

Persepsi dari hasil penelitian juga menyatakan bahwa, penggunaan *Mobile Banking* sangat bermanfaat dalam proses transaksi yang memiliki banyak fitur seperti transfer, cek saldo, dan sebagainya, dengan keuntungan *penggunaan* yang lebih efektif dan efisien. *Mobile Banking Action* merupakan layanan inovatif yang di tawarkan bank yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Kegiatan tersebut menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Pada dasarnya *Mobile Banking Action* bermanfaat untuk mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi tanpa melalui teller atau ATM, nasabah bisa melakukan transaksi seperti cek saldo, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, transfer, dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan fitur aplikasi yang terdapat di *Mobile Banking Action*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian

tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa persepsi dari setiap informan terhadap kemanfaatan aplikasi *mobile banking Action* dinilai baik dalam artian kelebihan *Mobile Banking Action* memberikan kemanfaatan dan kemudahan bagi setiap nasabah perbankannya. Dengan adanya *mobile banking Action*, nasabah tidak perlu ke mesin ATM jika ingin melakukan transaksi. Pasalnya semua fitur yang ada pada aplikasi *Mobile Banking Action* sudah bisa diakses melalui *smartphone* kecuali untuk penarikan tunai. Fasilitas perbankan tersebut menjadikan nasabah di manjakan dengan rasa cepat dalam melakukan transaksi.

4.6.1.2 Persepsi kemudahan

Dari deskripsi hasil penelitian, menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap kemudahan layanan *Action Mobile* sudah dianggap mudah karena tampilan fitur di layanan Aplikasi *Mobile Banking Action* mudah untuk dipahami dan cara kegunaannya juga mudah untuk dipahami karena kita hanya perlu mengunduh aplikasi *Action* untuk melakukan registrasi, *Action Mobile* dapat di download di *Playstore* atau *Appstore* dan menginput data perbankan sesuai data yang ada pada sistem bank tanpa harus datang ke kantor Bank Aceh Syariah. Registrasi merupakan proses verifikasi terhadap nomor *handphone*, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh Syariah, aplikasi verifikasi nasabah telah berhasil dan kode OTP akan dikirimkan ke *handphone* nasabah selanjutnya nasabah membuat username dan password sebagai pengenal untuk masuk ke dalam Aplikasi *Action*

dan login lalu membuat MPIN atau *Mobile Banking* PIN sebagai otorisasi pada saat nasabah melakukan transaksi di *Action*, MPIN tidak boleh di ketahui oleh orang lain termasuk pihak Bank Aceh Syariah. Fitur-fitur yang terdapat di Aplikasi *Action Mobile* ini juga cukup lengkap, seperti informasi rekening, transfer dana, pembayaran via QRIS, pembayaran listrik, pengisian pulsa, pengingat jadwal shalat, dan beberapa fitur pembayaran dan pembelian lainnya.

Pada aplikasi *Action* juga terdapat layanan E-Wallet. Layanan E-Wallet hanya bisa menggunakan 3 item top up, yaitu LinkAja, Gopay, OVO, dan PengCard e-Money. Nasabah 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. Nasabah cukup terbantu dengan hadirnya layanan E-Wallet pada aplikasi *Action*, karena dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan top up, seperti yang dirasakan oleh seorang mahasiswa Sri Rahayu (20 tahun) yang memberikan persepsi bahwa: “*Fitur E-Wallet sangat mempermudah saya dalam melakukan top up ovo dengan sangat cepat tanpa ada kendala harus datang ke Indomaret atau Alfamart*”. Jadi menurutnya fitur E-Wallet tersebut sudah sangat membantunya.

Nasabah juga memberikan persepsi terhadap layanan E-Wallet yang masih kurang dalam fitur pembayarannya, seperti

belum adanya pembayaran shoope pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli. Nasabah 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 seorang pengusaha yang bernama Nurmalia (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 bagustetapi harus ditingkatkan lagi pada saat pembaruan harus ada yang lebih menarik lagi agar nasabahnya tidak menabung di bank lain*”.

Pada penarikan tunai, *Action* sudah memiliki fitur penarikan tunai di mesin ATM, yang membuat masyarakat tidak harus selalu membawa kartu ATM Bank Aceh Syariah untuk melakukan transaksi di mesin ATM, seperti yang dikatakan seorang PNS yang bernama Maya Malinda (42 tahun): “*Action sudah memiliki fitur tarik tunai yang dapat mempermudah saya jikasaya lupa membawa kartu ATM. Oleh karena itu saya terkadang lupa membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang di ATM sudah menjadi lebih mudah, itu menjadi tolak ukur bagi Bank Aceh Syariah untuk lebih berkembang lagi kedepannya*”

Aplikasi *Action* juga terdapat layanan Transportasi yang dapat memudahkan nasabah dalam pembayaran tiket pesawat dan kereta api. Seperti salah satu informan seorang pengusaha yang Bernama Adrian Zubairi (24 tahun) yang berpersepsi: “*Saya sangat*

puas dalam menggunakan Action Mobile karena aplikasi Action memudahkan saya dalam pembayaran tiket pesawat dengan cara pilih layanan transportasi yang terdapat di Action lalu pilih jenis pesawat (Garuda Indonesia atau Lion Air) setelah itu saya hanya perlu memasukkan kode bayar yang diperoleh sebelumnya dari booking online pesawat via situs resmi pesawat tersebut” Jadi aplikasi Action ini jugasangat membantu nasabah dalam melakukan banyak hal seperti transportasi.

Aplikasi Action dilengkapi juga dengan fitur islami yang bisa mempermudah nasabah dalam melihat arah kiblat dan melihat waktu sholat, terutama pada saat masyarakat berperjalananjauh yang tidak mengetahui arah kiblat seperti yang dialami oleh seorang mahasiswa Indra Akmal (24 tahun) yang memberi persepsi bahwa : *“Ketika saya mengikuti kegiatan camping yang jauh dari masjid, aplikasi Action sangat membantu memudahkan saya untuk beribadah karena Aplikasi Action dilengkapi juga dengan fitur islami yang bisa melihat arah kiblat dan jadwal sholat ketika ingin melaksanakan ibadah sholat, saya hanya perlu melihat pada fitur Islami yang terdapat di layanan Action Mobile”*. Jadi aplikasi ini sudah membantunya dan dia tidak perlu kesusahan lagi jika mengikuti kegiatan camping, karena aplikasi *Mobile Banking Action* sudah sangat membantu memudahkannya dalam beribadah dimana pun.

Sebagian informan lain ada yang merasa aplikasi Action

Mobile masih kurang mudah di pahami seperti seorang pengusaha ibu Linda Yani (45 tahun) yang memberi persepsi bahwa: *"Saya merasa bahwa aplikasi Action Mobile masih kurang mudah di pahami karena harus melakukan transaksi sendiri tanpa harus bertatap muka dengan pegawai bank jadi saya merasa kurang puas, karena saya sudah terbiasa melakukan transaksi langsung di bank yang langsung di layani oleh pegawai bank, jadi jika ada kesalahan saya tidak akan merasa kebingungan karena di dampingi langsung oleh pihak bank"*. Jadi menurutnya bertransaksi langsung ke bank lebih mudah dari pada harus bertransaksi dengan menggunakan *Mobile Banking Action*.

Aplikasi *Action* juga di lengkapi fitur TV Berlangganan yang bermanfaat untuk membayar tagihan seperti MNC Vision, Transvision, IndiHome. Seperti yang dialami oleh seorang pengusaha ibu Rukiyah (52) yang memberi persepsi bahwa: *"Aplikasi Action mempermudah saya dalam berlangganan saluran TV MNC Vision untuk anak saya tonton kartun*

kesukaannya, karena di MNC Vision banyak saluran untuk anak-anak. Oleh karena itu dengan menggunakan aplikasi Action ini lebih memudahkan saya untuk membayar TV berlangganan tersebut. Pendapat lain juga dinyatakan oleh seorang Mahasiswa Shara Vannisa (22 Tahun) yang berpersepsi: "Dengan adanya Aplikasi Action ini dapat memudahkan saya dalam membayarkan IndiHome setiap bulannya, karena hanya perlu memasukkan ID pelanggan di fitur pembayaran TV Berlangganan yang terdapat dalam Aplikasi

Action, dengan kemudahan tersebut saya tidak perlu membayar IndiHome dengan pergi ke kantor pos atau kantor IndiHome. Jadi menurut persepsi di atas fitur TV Berlangganan sangat memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran tersebut.

Berdasarkan kajian hasil penelitian dan pembahasan penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, Persepsi dari setiap informan terhadap kemudahan aplikasi *Mobile Banking Action* bernilai baik tetapi masih ada beberapa kekurangan yang dimiliki Aplikasi *Mobile Banking Action* karena bagi informan yang terbiasa dengan perkembangan zaman dan sudah terbiasa mengikuti perkembangan zaman bagi nasabah hal biasa melakukan aktivitas apapun menggunakan handphone, karena menurut beberapa nasabah handphone sudah menjadi suatu hal yang penting dan sudah pasti selalu di bawa kemana saja saat mereka beraktivitas, maka baginya layanan *Mobile Banking* sangat membantu memudahkan kegiatannya dalam bertransaksi dimanapun mereka mau dan kapanpun. Tetapi bagi orang awam yang tidak terbiasa menggunakan handphone menurut mereka aplikasi *Mobile Banking* tidak memudahkannya dalam bertransaksi, karena menurut mereka itu hal yang sulit karena tidak langsung dilayani oleh pihak bank tersebut, jadi menurutnya bertransaksi langsung ke bank lebih mudah.

4.6.1.3 Persepsi kepercayaan

Dari deskripsi hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi nasabah terhadap kepercayaan layanan *Mobile Banking Action* yaitu mereka sudah sangat merasa percaya dan aman dalam

menggunakan layanan *Aplikasi Mobile Banking Action* karena selama mereka menggunakannya tidak pernah terjadi masalah apapun. Kelebihan yang ada pada *Mobile Banking Action* bisa membantu dan sangat bermanfaat bagi mereka, tetapi bagi sebagian informan ada yang masih kurang percaya dengan keamanannya. Kepercayaan adalah sesuatu yang sangat penting, nasabah akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya. Kepuasan pelanggan terletak pada tingkat service yang diberikan oleh perusahaan.

Layanan *Mobile Banking Action* sudah berusaha melakukan tingkat service yang sangat memuaskan bagi nasabah yang menggunakannya agar mereka merasa puas dan tidak ada penyesalan saat menggunakan *Aplikasi Mobile Banking Action*. Layanan *Mobile banking Action* sudah menjamin *keamanannya* dengan cara menggunakan MPIN untuk login ke aplikasi *Action*, dengan cara nasabah harus benar-benar menjaga MPIN dengan baik jangan sampai seseorang mengetahuinya, tetapi dari beberapa nasabah masih kurang percaya dengan keamaannya walaupun sudah menggunakan MPIN.

Seperti salah satu informan ibu Rukiyah seorang pengusaha (52 tahun) yang memberi persepsi bahwa: “*Saya merasa kurang aman saat menggunakan aplikasi Mobile Banking Action karena aplikasi tersebut hanya perlu memasukkan PIN di awalnya saja saat membuka aplikasinya, tetapi saat mengecek saldo, melihat*

mutasi dan fitur-fitur lainnya yang terdapat di aplikasi Action tidak perlu mengulang untuk memasukkan PIN kembali”, Jadi dia merasa kurang aman untuk menggunakan aplikasi Action, Karena untuk mengakses layanan Mobile Banking Action ini dengan menggunakan Handphone maka kekurangan utama dari layanan Mobile Banking Action ini adalah terlebih jika nasabah kurang hati-hati. Nasabah dan bank perlu hati- hati atas resiko pencurian data nasabah oleh hacker yang dapat menyusup ke sistem pengaman. Tetapi aplikasi Action ini juga dipercaya sangat membantu informan lain dalam melakukan transaksi karena Sebagian informan ada yang sudah merasa percaya saat menggunakan aplikasi Mobile Banking Action ini seperti salah satu informan seorang pengusaha yang bernama Muhibbudin (35 tahun) yang memberi persepsi bahwa: “Saya sudah sangat percaya dalam menggunakan Aplikasi Action ini karena saya sudah merasa terbantu selama hadirnya aplikasi tersebut saya merasa sistem pada Action Mobile tidak pernah salah dalam memproses transaksi dan selalu akurat yang membuat saya yakin dan percaya untuk menggunakan aplikasi Action Mobile”

Aplikasi Action memang di percaya bisa membantu nasabah dalam melakukan transaksi karena bertransaksi di aplikasi Action sudah banyak mengeluarkan layanan-layanan yang sangat di percaya bisa membuat nasabah merasa lebih puas dalam menggunakannya seperti 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 seorang mahasiswa Reva Julisman (22 tahun) dalam membeli pulsa telkomsel, yang berpersepsi bahwa: *“Aplikasi ini juga dilengkapi dengan layanan telepon yang membuat saya cukup terbantu dan percaya dalam membeli pulsa smartphone sendiri yang sudah terjamin pulsanya akan masuk dengan mudah dan cepat tanpa harus datang ke konter pulsa cukup dengan menggunakan layanan telepon yang ada di aplikasi Action saja, jadi saat saya kehabisan pulsa pada malam hari, saya tidak perlu repot untuk keluar rumah lagi”*. Pendapat lain juga dinyatakan oleh seorang pengusaha Nurmalia (26, Tahun) yang berpersepsi bahwa: *“Saya masih kurang percaya dalam menggunakan fitur internet yang terdapat di Action karena pada saat saya membeli paket internet hanya nominalnya saja yang tertera tetapi jumlah GB internetnya tidak disebutkan, contohnya seperti pembelian paket 10.000 tetapi jumlah GB nya tidak tertera seharusnya tertulis seperti 10.000 = 3 GB*. Jadi selain di percaya dalam melakukan transaksi aplikasi Action juga di percaya dalam fitur-fitur layanannya, yang sangat membantu nasabah saat menggunakan aplikasi Action, mereka sudah sangat merasa percaya dan puas saat menggunakannya, tetapi masih ada yang kurang percaya dalam menggunakan fitur internetnya.

Berdasarkan kajian hasil penelitian dan pembahasan penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, Persepsi dari setiap informan terhadap kepercayaan aplikasi *Mobile Banking Action* bernilai baik dengan adanya kelebihan yang terdapat pada layanan *Action Mobile* tetapi masih ada beberapa kekurangannya juga. Persepsi kepercayaan bernilai baik karena sebagian informan merasa sangat puas dalam menggunakan aplikasi *Action* karena menurut mereka pada saat mereka menggunakannya tidak pernah terjadi masalah apapun dan selalu berjalan dengan lancar sehingga membuat mereka lebih percaya dan tidak ragu dalam menggunakan aplikasi *Action* tersebut. Persepsi kurang dari nasabah karena bagi sebagian informan masih merasa kurang percaya dan kurang aman dalam melakukan transaksi di layanan *Action*, mereka merasa keamaannya masih kurang karena aplikasi *Action* hanya memasukkan PIN di awalan masuk aplikasi saja tetapi saat membuka fitur lain tidak perlu mengulang memasukkan PIN, mereka juga takut pada saat terjadi hal yang tidak diinginkan seperti kehilangan *Handphone* yang bisa saja pelaku kejahatan dapat menyelusup ke sistem pengaman.

4.6.2 Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan *Mobile Banking Action*.

Dari beberapa persepsi di atas disimpulkan bahwa kebutuhan nasabah yang beranekaragam dalam melakukan transaksi perbankan menjadikan *Action* harus dapat hadir untuk memenuhi kebutuhan-

kebutuhan tersebut melalui berbagai fitur yang lengkap. Dengan penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh sudah tidak perlu lagi mengantri di Bank untuk melakukan transaksi perbankan, tetapi hanya dengan menggunakan smartphone nasabah sudah bisa melakukan transaksi tersebut. Inilah yang menjadi alasan bagi nasabah tertarik menggunakan layanan *mobile banking Action*. Nasabah sudah menganggap bahwa *Action* merupakan aplikasi yang sangat mudah digunakan dan sangat membantu mereka dalam hal bertransaksi, semua fitur layanan yang ada di aplikasi *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 (Zakat, Infaq, dan Sedekah) yang membuat nasabah sudah bisa membayar zakat atau bersedekah tanpa harus datang ke Baitul Mal. Aplikasi *Action* dilengkapi juga dengan fitur islami yang bisa mempermudah nasabah dalam melihat arah kiblat dan melihat waktu sholat, kemudian *Action* juga dilengkapi dengan layanan pendidikan 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.

Dengan beberapa kelebihan yang terdapat pada layanan *Action* yang sangat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi ternyata layanan *Action* juga mempunyai beberapa kekurangan.

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. Persepsi dari pihak lain juga muncul, yaitu dari salah satu karyawan Bank Aceh Syariah, beliau mengatakan bahwa *Action* sudah menjadi preferensi didalam kalangan nasabah Bank Aceh Syariah cabang 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.

Fitur pada layanan *Action* juga masih belum lengkap, beberapa nasabah mengharapkan adanya penambahan fitur-fitur lainnya. Untuk penambahan fitur layanan seperti yang diharapkan oleh nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh yaitu pada pembelian pulsa telepon dan internet agar bisa diakses juga dengan kartu 3 (tri) tidak hanya untuk kartu tekonsel, XL, dan indosat saja, dan penambahan fitur pembayaran pada e-Wallet (Shoope Pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli), serta pada layanan Pendidikan agar mahasiswa diluar Universitas UIN Ar-Ranirydan 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 membuat nasabah merasa puas dengan fitur yang terdapat pada layanan *Action* sehingga dapat menghilangkan persepsi negatif dalam kalangan nasabah pada aplikasi *Action* karena tujuan utama dari aplikasi *Action* adalah untuk membantu dan mempermudah segala aktivitas transaksi didalam kalangan nasabah.

Selain itu nasabah 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 kios 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.

Adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan khususnya bagi yang belum menggunakan aplikasi *Action* menjadi penghambat dalam menjalankan aplikasi tersebut, dalam mengatasi kendala yang dialami nasabah, pihak bank akan melakukan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat seperti terkait masalah penggunaan teknologi dan sebagainya, memberikan informasi-informasi yang menguntungkan kepada nasabah dan meyakinkan nasabah 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 nasabah dengan melakukan perbaikan-perbaikan untuk menghindari terjadinya kesalahan sistem yang dapat merugikan nasabah, tak lupa juga pihak bank akan menanyakan kepada nasabah 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 nasabah yang menggunakan aplikasi *Action*.

Jadi, nasabah sangat membutuhkan sesuatu yang sederhana, yang tidak membuang waktumereka, dapat diakses dari mana saja, kapan saja dan merasa aman. Saat ini nasabah tertarik padaproduk yang apabila produk tersebut dapat menghemat waktu dan menguntungkan bagi mereka, aplikasi *Action* bisa menjadi peluang besar bagi pihak Bank Aceh Syariah untuk mempromosikan dan mengembangkan produk *mobile banking Action* pada nasabah. Oleh karenaitu, 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 terhadap

layanan *Action* dengan memperbanyak lagi fitur-fitur yang terdapat pada layanan *Action*, membuat layanan terbaru yang belum terdapat pada layanan *mobile banking* lainnya, menjamin kualitas keamanannya, sehingga membuat nasabah merasa puas dan aman dengan hadirnya *mobile banking Action* tidak merasa menyesal saat menggunakan *mobile banking Action* agar tidak ada lagi persepsi negatif yang muncul pada kalangan nasabah agar nasabah selalu merasa nyaman pada saat mengakses aplikasi *Action* tersebut.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Persepsi nasabah terhadap layanan *Action* sudah bernilai baik dibandingkan dengan persepsi tidak baik. Bernilai baik karena Nasabah dapat merasakan kemudahan dan manfaat dalam penggunaan *Mobile Banking Action* ini sehingga Nasabah mendapatkan kepuasan, telah dapat melakukan transaksi secara singkat, cepat, tepat dan mudah. Nasabah yang menggunakan layanan *Mobile Banking* yang memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi. Layanan transaksi *Mobile banking* seperti pembayaran listrik, transfer dana, informasi saldo, QRIS, top up, pembelian pulsa *smartphone* atau paket internet dan pembayaran tagihan yang dapat diakses 24 jam. Oleh karena itu, nasabah pengguna tidak perlu bersusah payah dalam bertransaksi. Bernilai tidak baik karena aplikasi *Action* biaya administrasinya masih cukup mahal, kurangnya fitur pembayaran pada layanan *e-Wallet*, dan aplikasinya masih sering error. Tetapi hal itu semua tidak mengganggu untuk terus menggunakan aplikasi *Action*, karena nasabah menganggap bahwa aplikasi ini membantu mereka dalam aktivitas transaksi sehari-hari dan bisa menghemat waktu mereka.
2. Kualitas layanan berdampak terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *M-Banking Action*, karena masih ada beberapa nasabah yang masih kurang yakin dalam menggunakan *Action*

jika layanan yang diberikan buruk dan masih ada yang merasa kurang aman dalam menggunakan aplikasi *Action*, karena aplikasi tersebut hanya perlu memasukkan PIN di awalnya saja saat membuka aplikasinya, tetapi saat mengecek saldo, melihat mutasi dan fitur-fitur lainnya yang terdapat di aplikasi *Action* tidak perlu mengulang untuk memasukkan PIN kembali, Jadi beberapa nasabah merasa kurang aman untuk menggunakan aplikasi *Action*, dan untuk mengakses layanan *Mobile Banking Action* ini dengan menggunakan *Handphone* maka kekurangan utama dari layanan *Mobile Banking Action* ini adalah terlebih jika nasabah kurang hati-hati. Nasabah dan bank perlu hati-hati atas resiko pencurian data nasabah oleh *hacker* yang dapat menyusup ke sistem pengamanan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan aplikasi *Action mobile banking* menjadi penghambat nasabah dalam menjalankan aplikasi tersebut.
2. Banyak informan yang sudah memakai aplikasi *Action Mobile Banking* tetapi tidak menyadari aplikasi *Action mobile banking* adalah *mobile banking* milik Bank Aceh Syariah sehingga peneliti harus menjelaskan dengan rinci terkait aplikasi *Action mobile banking* kepada nasabah yang akan menjadi informan penelitian ini.

3. Kesulitan akses kepada pihak bank sehingga peneliti hanya mendapatkan informasi umum saja terkait Bank Aceh Syariah khususnya tentang aplikasi *Action Mobile Banking*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

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.
 - c) 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

- Abi Fadlan. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Banking Universitas Brawijaya). Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Administrasi: Malang, 2018.
- Achmad Fandi. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 2019. 2 (1)
- Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiro. (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Akhmad, Khabib Alia. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro di Kota Surakarta)." *Duta.Com* 9, no. 1 (2015)
- Al Arif, M. N. R. (2012). Lembaga Keuangan Syariah: Jakarta: Rajawali.
- Ali Rama. Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, *Jurnal Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, Vol. 2, No. 1. 2013, Hlm 35
- Aniga, S., & Hariyanto, E. (2016). Pengaruh Jenis Nasabah Dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Terhadap Profit Margin Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 3(1), 87-99.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Bandung: Alfabeta.

- Basrowi dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008).Hlm. 188.
- Bimo Walgio, Pengantar Psikologi Umum, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005,Boeree, George. 2016. General Psychology. Prismaasphie. Jogjakarta.
- Bungin, B. (2013). Metodologi Penelitian Sosial & ekonomi: Format-format kuantitatif danKualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran. Bandung: Refika Adiana
- Creswell, John W. (2012). Research Desain Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Debi Triyanti (2021). Peran Layanan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemem Bisnis*. 2(1), 182-184
- Dwitya, P. W. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri, Sumatera Utara.
- Fadila, D. d. (2013). Perilaku Konsumen. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia Farizi, Hadyan.,dan Syaefullah. (2014). Pengaruh PersepsiKegunaan, PersepsiKemudahan, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.Skripsi.JurusanAkuntansi, FakultasEkonomi Dan Bisnis, UniversitasBrawijaya.
- Fatoni, A., & Sidiq, S. (2019). Analisis Perbandingan Stabilitas Sistem Perbankan Syariah dan Konvensional di Indonesia. Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi, 11(2), 179-198.
- Fitria,Annisa., Munawar,Aang., dan Pratama,Pebi Paisal. 2021.

Pengaruh Pengguna Internet Banking. *Mobile Banking* dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Digital Banking and Customer SatisfAction*.

Goetsch dan Davis, (2013), *Quality Management, Fourth Edition*, Cram101 incorporated. Hadi dan Novi, (2015). Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.

Haryanto, H. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Vol. 212)*. Duta Media Publishing. Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Kencana.

Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences)*

Hernandez, Jose Mauro C. dan Mazzon, Jose Afonso. 2007. “Adoption of Internet Banking: Proposition and Implementation of An Integrated Methodology Approach”, *International Journal of Bank Marketing*, 25(2), 72-88.

Humrah. (2017). *Persepsi Masyarakat Desa Teluk Payo Terhadap Acara Warta Sumsel Di TVRI*. *Jurnal Journalistik*

Ilya, Nafra. *Pengaruh Kualitas Layanan Mandiri Syariah Mobile Banking (MSM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Banda Aceh*. Skripsi. (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh:2021).

Imanuddin, I. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)*. Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Irawan, M. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan*

Rekening Online Melalui *Mobile Banking* Mandiri Syariah Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Area Surabaya Kota (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Irwanda, Z. (2022). Aplikasi *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah (*Action*) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial.

Ismail. 2016. Perbankan Syariah. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jogiyanto.(2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
(2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.

Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *Jihbiz:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 1-17.

Joyce Marcella Laurence, Arsitektur dan Prilaku Manusia, PT. Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 56

Kartiniwati. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Bank Syariah Mandiri KC Banda Aceh). (Skripsi). tidak dipublikasi. Banda Aceh: UIN Ar-raniry

Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

Khusna, U. K. (2016). Persepsi Pengunjung Terhadap Pertunjukkan Live Music Di Kampayo Xt Square Yogyakarta. Skripsi.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Lovelock, C., & Wright. L. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa,

Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua). Jakarta: PT Indeks.

Moleong, L.J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung PT.Remaja Rosdakarya.

Moleong, L.J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Muhammad Rizzal Ali Nasrullah. (2020). Analisis Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Kolomayan-Wonodadi-Blitar). Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung.

Mulyana, Dedy. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya. Musfiqon, Panduan Lengkap Metodoogi Penelitian Pendidikan (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2012), 120

Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen. (2008). Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana. 159-160.

Nasar. (2022). Analisis Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bara Kota Palopo).

Nursiah., Felish, Muh., dan Kamaruddin, Jamaluddin. 2022. Analisis Minat Menggunakan *Mobile Banking*. Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 19(1).

Nurdin,Nurdin., Musyawarah,Indah., Nurfitriani,Nurfirtiani., Jalil,Abdul. 2020. Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking*

Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. 2 (1)

OJK. (2019). Perbankan Syariah. Diambil dari <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/entang-syariah/Pages/PerbankanSyariah.aspx>

Pratiwi, S. (2019). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Negara Indonesia Syariah.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 2001, hlm. 304

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Psikologi Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
Ramadhani, R. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang

Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking di Semarang: Dengan Menggunakan Pendekatan TAM. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Rahmadani. (2015). *Jurnal* Vol 3 No 2. Persepsi Guru Terhadap Kompetensi Sosial.

Jurusan Administrasi Pendidikan FIP Universitas Negeri Padang

Rahmawati., Haq, Shuba, Dhalilah. 2019. *Mobile Banking: Analisa Penggunaan Pada Nasabah PT Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*.

Ristiyanti, Prasetyo dan John Ihlaw. 2004. Perilaku Konsumen.

Yogyakarta: ANDI.

- Saputra, I. (2021). Persepsi Nasabah Pada Layanan *Mobile Banking* BRI Syariah (BRIS) Kota Bengkulu.
- Sarlito, W. Sarwono. (2014). Psikologi Lintas Budaya, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sarmanu. (2017). Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Statistik. Airlangga University Press.
- Septiana, U. (2021). Analisis Persepsi Generasi Milenial Dalam Menggunakan M-Banking (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kep Stabat).
- Slameto, S., Haryadi, F. T., & Subej, S. (2014). Pengaruh Persepsi Karakteristik Inovasi Terhadap Efektifitas Pembelajaran Sekolah Lapang Pengelolaan Tanaman Terpadu Padi Sawah pada Beberapa Komunitas Etnis Petani di Lampung. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 9(1), 43-57.
- Sugiyono. Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi. Bandung: Alfabeta, 2013. Sunyoto, Danang (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta, CAP (Center for Academic Publishing Service)
- Suryani, Tatik. 2017. Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahroni, I., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018, August). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal In Progress Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 206-212).

- Tjiptono, Fandy. (2011). Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS). Yogyakarta: Cv Andi.
- Toha, Miftah. 2008. Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Wahyu Agus Winarno. (2017) Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Technology Acceptanca Model (TAM). (E Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi). 4 (1), 24-29.
- Wibowo, Arief. 2008. “Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”, Diunduh dari: peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/02/arif+wibowo.pdf, Diakses tanggal 16 Maret 2014.
- Winardi.2015, Manajemen perilaku Organisasi. Prenadamedia Group.Jakarta.
- Wijayanti, I. M. (2019). Peran Nasabah Dalam Perkembangan Perbankan Syariah. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 3(1), 66-75.
- Wulandari, Novita Putri. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan *Mobile Banking* di Bandung, Bisnis Dan Iptek Vol.10.No2. Oktober 2017.
- Yazid, Tantri Puspita, and Ridwan Ridwan. 2017. “Proses Persepsi Diri Mahasiswi Dalam Berbusana Muslimah.” *An-Nida'* 41(2):193–201.
- Yuniarti, Vinna, Sri (2015). Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, Penerbit Pustaka Setia, Bandung

Lampiran 1 Daftar Wawancara

1. Bagaimana pihak bank memperkenalkan aplikasi *Action* sehingga bapak/ibu tertarik untuk menggunakan aplikasi *Action Bank Aceh Syariah*?
2. Sudahkah pihak bank melakukan pelayanan terbaik pada setiap bapak/ibu yang menggunakan aplikasi *Action Bank Aceh Syariah*?
3. Apakah layanan di Aplikasi *Action Bank Aceh Syariah* mempermudah bapak/ibu dalam bertransaksi?
4. Apakah menurut bapak/ibu aplikasi *Mobile Banking Action* sangat bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari?
5. Apakah bapak/ibu sudah merasa percaya dalam melakukan transaksi pada aplikasi *Mobile Banking Action*?
6. Apakah bapak/ibu sudah merasa aman dengan menggunakan aplikasi *Action Bank Aceh Syariah*?
7. Apa kelebihan yang bapak/ibu rasakan ketika menggunakan layanan aplikasi *Action*, sehingga bapak/ibu tertarik menggunakan aplikasi tersebut?
8. Masalah-masalah seperti apakah yang sering muncul pada pemanfaatan layanan *Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah*?
9. Apakah bapak/ibu sudah menggunakan fitur-fitur yang ada di dalam layanan aplikasi
10. *Action Bank Aceh Syariah*?
11. Apakah tampilan fitur di layanan Aplikasi *Action Bank Aceh*

Syariah mudah untuk dipahami?

12. Apakah bapak/ibu merasa puas terhadap layanan yang diberikan Aplikasi *Action* Bank Aceh Syariah?
13. Apakah harapan bapak/ibu terhadap layanan Aplikasi *Action* Bank Aceh Syariah kedepannya?



Lampiran 2 Dokumentasi









Riwayat Hidup

Nama : Rifanabila
NIM : 190603072
Tempat/ Tgl. Lahir : Jakarta, 28 Maret 2001
Status : Belum Menikah
Alamat : Dsn Keuchik Juned, Peunyeurat, Kec.
Banda Raya, Banda Aceh
No. Hp : 081265348955
Email : rifanabila456@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. MIN Mesjid Raya Banda Aceh : 2013
2. MTSN II Banda Aceh : 2016
3. SMAN 11 Kota Banda Aceh : 2019
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Anisrullah
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Nama Ibu : Rosmidani
Pekerjaan : IRT
Alamat Orang Tua : Dsn Keuchik Juned, Peunyeurat, Kec.
Banda Raya, Banda Aceh