

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung dalam Penggunaan Layanan *M-Banking*

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dan dideskripsikan di bab sebelumnya, hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Hal ini sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan, yang mana sebelumnya mahasiswa jurusan perbankan syariah telah dibekali ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah sehingga hal ini dapat mencetak persepsi atas penggunaan layanan *m-banking* pada bank syariah. Semakin baik asumsi/persepsi mahasiswa terkait penggunaan layanan *m-banking* maka semakin meningkatkan minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Dan begitupun sebaliknya, semakin buruk asumsi/persepsi mahasiswa terkait penggunaan layanan *m-banking* maka semakin menurunkan minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*.

Persepsi yang diberikan oleh mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung terkait penggunaan layanan *m-banking* sudah cukup baik. Hal ini terbukti dengan respon positif mahasiswa jurusan perbankan syariah

yang sangat setuju maupun setuju dengan beberapa pernyataan mengenai persepsi seperti “saya melihat layanan *m-banking* sangat praktis untuk digunakan dibandingkan dengan layanan *e-banking*”. Adapun indikator yang paling tinggi yaitu ”pengertian atau pemahaman” dan indikator yang paling rendah yaitu “penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu”. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa jurusan perbankan syariah sangat rendah/sulit dalam menerima materi/ilmu-ilmu tentang perbankan syariah namun mudah menerima ilmu dengan cara pemahamannya sendiri.

Hal ini sesuai dengan teori Bimo Walgito yang disebutkan dalam salah satu indikator persepsi yaitu penyerapan atau daya tangkap seseorang terhadap rangsang atau objek dari luar individu.¹ Ini terbukti bahwa mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung telah mendapatkan bekal ilmu terkait dunia perbankan syariah, sehingga ilmu-ilmu yang ditangkap dapat diterapkan sebagai proses mempersiapkan sesuatu khususnya dalam penggunaan layanan *m-banking* di perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan konsep teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu berawal dari kapabilitas dari fitur-fitur sistem informasi, kemudian mengarah pada motivasi untuk menggunakan sistem informasi selanjutnya muncul tindakan penggunaan yang disebut sebagai perilaku atau dalam penelitian ini disebut

¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi ...*, hal. 54-55.

sebagai minat.²Faktanya pada mahasiswa jurusan perbankan syariah itu sendiri dengan adanya bekal ilmu yang didapat terkait banyaknya fitur-fitur layanan yang menjadi kelebihan dari layanan *m-banking* demi memudahkan transaksi di perbankan syariah sehingga hal ini memicupersepsi terkait motivasi untuk menumbuhkan rasa minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*.

Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi³ yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce*. Karena persepsi yang baik akan mempengaruhi minat dari seseorang untuk menggunakan sesuatu hal, khususnya dalam penelitian ini penggunaan *m-banking*.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari persepsi yang baik adalah meningkatkan tingkat minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*, sehingga layanan *m-banking* banyak yang menggunakannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi yang baik adalah kunci utama dalam menarik minat dan meningkatkan penggunaan layanan tersebut.

² Festschrift dan Sjamsiar Sjamsuddin, *Antologi Administrasi ...*, hal. 250.

³ Ni Made Ari Puspita Dewi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Niat Menggunakan... hal. 20.

B. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung dalam Penggunaan Layanan *M-Banking*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Fakta yang terjadi dilapangan, bahwa dalam penggunaan layanan *m-banking* dapat memudahkan setiap transaksi perbankan, mahasiswa jurusan perbankan syariah dapat mengakses layanan ini dimana saja dan kapan saja, sebagai perbandingannya yaitu layanan *e-banking*. Kedua layanan ini mempunyai manfaat yang sama, namun kelebihan kemudahannya terdapat pada layanan *m-banking*. Sebagai contoh untuk bertransaksi transfer uang, dengan *m-banking* transaksi ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja mengingat padatnya kegiatan mahasiswa sehingga layanan ini bisa menjadi alternative untuk memudahkan kegiatan bertransaksi di perbankan syariah. Semakin banyak fitur layanan yang tersedia pada layanan *m-banking* hal ini semakin meningkatkan minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking* di bank syariah.

Hasil survei mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung terkait kemudahan penggunaan layanan *m-banking* sudah cukup baik. Hal ini terbukti dengan respon positif dari mahasiswa jurusan perbankan syariah yang sangat setuju maupun setuju dengan beberapa pernyataan mengenai persepsi seperti “aplikasi layanan *m-banking* mudah dipelajari

sehingga saya lebih terampil saat menggunakannya”. Adapun indikator yang dominan tinggi yaitu “TI sangat mudah dipelajari” dan indikator yang dominan rendah yaitu “TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna”. Jadi, teknologi informasi khususnya layanan *m-banking* sangat mudah dipelajari bagi penggunanya.

Hal ini sesuai dengan teori Davis yang menyebutkan pada salah satu indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi yaitu TI sangat mudah dipelajari.⁴ Sehingga kemudahan ini sangat membantu nasabah perbankan syariah untuk bertransaksi. Sebagai perbandingan yaitu layanan *e-banking*. Tentu dalam proses kemudahan penggunaannya layanan *m-banking* lebih unggul daripada *e-banking*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama⁵ yang meneliti tentang Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Kenyamanan terhadap niat dalam menggunakan Aplikasi *m-banking* yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan aplikasi *m-banking*.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari kemudahan adalah menarik minat penggunaan layanan *m-banking* dengan paparan kemudahan-kemudahan yang tersedia. Kemudahan transaksi dalam perbankan syariah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan penggunaan

⁴ Widia Permana dkk, *Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan (KDT) Layanan...*, hal. 54.

⁵ Adi Pratama dkk, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dalam...”, hal. 25.

layanan *m-banking* ini. Selain itu, khususnya bagi mahasiswa yang tidak mempunyai banyak waktu, maka penggunaan layanan *m-banking* pada bank syariah dapat menarik minat.

C. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung dalam Penggunaan Layanan *M-Banking*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Fakta yang terjadi dilapangan menyebutkan bahwa kualitas informasi yang diberikan layanan *m-banking* cukup baik dengan bukti banyaknya mahasiswa yang menggunakan layanan *m-banking* sebagai contoh untuk bertransaksi cek saldo, informasi yang tersedia sudah cukup jelas dan rinci. Semakin baik kualitas informasi yang diberikan oleh layanan *m-banking* , maka akan semakin menarik minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Begitu pula sebaliknya, apabila kualitas informasi yang diberikan semakin buruk, maka akan menurunkan minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*.

Tidak bisa dihindari bahwa baik buruknya kualitas informasi yang tersedia dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan *m-banking*. Secara umum, kualitas informasi yang didapat salah satu nasabah

dari penggunaan layanan *m-banking*, tentu hal ini akan memicu nasabah lain untuk ikut serta dalam penggunaan layanan *m-banking*. Sehingga hal ini dapat dikatakan untuk menarik minat atas penggunaan layanan *m-banking*.

Hasil survei mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung terkait kualitas informasi atas penggunaan layanan *m-banking* sudah cukup baik. Hal ini terbukti dengan respon positif dari mahasiswa jurusan perbankan syariah yang sangat setuju maupun setuju dengan beberapa pernyataan mengenai persepsi seperti “layanan *m-banking* membantu saya mendapatkan informasi dengan cepat”. Adapun indikator yang paling tinggi yaitu “tepat pada waktunya” dan indikator yang paling rendah yaitu “lengkap” dapat di tarik kesimpulan bahwa layanan *m-banking* ini hanya untuk sebagai alternatif sementara untuk memudahkan kegiatan bertransaksi di perbankan syariah, untuk kegiatan-kegiatan perbankan lainnya misalkan proses peminjaman uang dll tetap pergi ke bank setempat, karena tidak semua kegiatan perbankan tersedia pada layanan *m-banking*.

Penelitian ini sejalan dengan teori Azhar Susanto yang menyebutkan dalam salah satu indikatornya yaitu tepat pada waktunya⁶, Sehingga apabila mahasiswa hendak melakukan transaksi perbankan bisa dilakukan tepat waktu, tanpa membuang dan menyita waktu yang lama. Hal ini sejalan dengan teori D&M Model yang terdapat 6 elemen utama salah satunya yaitu kualitas informasi, yang mana dalam proses pengembangan model kesuksesan sistem

⁶ Azhar Susanto, *Sistem Informasi Manajemen...*, hal. 10.

informasi dengan menambahkan hubungan timbal balik antara kepuasan dan niat penggunaan.⁷ Sehingga keberhasilan suatu layanan dalam menyediakan informasi dengan baik, tentu akan menarik minat serta menciptakan kepuasan atas penggunaan layanan *m-banking*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fandi⁸ dengan tujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Informasi *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya, dengan hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas informasi terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi mempengaruhi minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Karena jika kualitas informasi yang dihasilkan layanan *m-banking* baik, maka akan memudahkan nasabah perbankan syariah dalam bertransaksi, dengan begitu akan menarik minat dalam penggunaan layanan *m-banking*.

⁷Festschrift dan Sjamsiar Sjamsuddin, *Antologi Administrasi ...*, hal. 254.

⁸ Achmad Fandi, 'Pengaruh Kualitas Informasi...', hal. 24.

D. Pengaruh secara Simultan (Bersama-sama) antara Persepsi, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung dalam Penggunaan Layanan *M-Banking*

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini, persepsi, kemudahan dan kualitas informasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Fakta yang terjadi dilapangan menyebutkan bahwa kajian ilmu yang diterima mahasiswa dapat membentuk persepsi atas penggunaan layanan *m-banking*, dengan banyaknya fitur yang tersedia dapat menciptakan suatu kemudahan mahasiswa untuk melakukan transaksi perbankan dan kualitas informasi yang baik serta tepat waktu dalam pemberian informasi juga dapat menarik minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*. Pada tabel 4.18 terlihat bahwa variabel independent mempengaruhi variabel dependen sebesar 74,2% sisanya 25,8% dipengaruhi oleh variabel diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan teori D&M Model yang terdapat 6 elemen pada D&M Model yaitu kualitas sistem kualitas informasi, penggunaan, kepuasan pengguna, dampak individual, dan dampak organisasi. Model kesuksesan sistem informasi berkaitan dengan tujuan strategic dari perusahaan. Ketika perusahaan menggunakan teknologi informasi secara tepat

maka akan unggul dalam penguasaan dan pendistribusian informasi dengan melakukan pengembangan model kesuksesan sistem informasi dengan menambahkan hubungan timbal balik antara kepuasan niat penggunaan.⁹Variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat nasabah adalah persepsi manfaat yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang nantinya juga akan mempengaruhi minat dalam penggunaan layanan *m-banking*.

Penelitian lain yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Oktabriantono¹⁰, Juliansa¹¹ dan Fandi¹², yang diketahui bahwa persepsi, kemudahan dan kualitas informasi secara bersama-sama mempengaruhi minat penggunaan.

Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial maupun simultan masing-masing variabel yang terdiri dari persepsi, kemudahan dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung dalam penggunaan layanan *m-banking*.

⁹Festschrift dan Sjamiar Sjamsuddin, *Antologi Administrasi ...*, hal. 254.

¹⁰Adi Prasetya Oktabriantono, "*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan...*" hal. 21.

¹¹Arius Juliansa, "*Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan...*", hal. 185.

¹²Achmad Fandi, "*Pengaruh Kualitas Informasi...*", hal. 24.