

BAB V

PEMBAHASAN

A. Kemudahan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tentang kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung terbukti secara signifikan. Hal ini dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan dan nilai sig. Hasil dari koefisien regresi yang telah dilakukan pada variabel kemudahan yakni jika kemudahan naik sebesar nilai koefisien regresi maka jumlah minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan ikut naik.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Mislah Hayati Nasution dan Sutisna⁷¹ bahwa secara parsial kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Selain itu juga sejalan dengan penelitian Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika⁷² yaitu kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hubungan yang positif antara kemudahan dan minat dalam menggunakan *mobile banking* dikarenakan ketika nasabah akan melakukan kegiatan transaksi nasabah tidak perlu datang ke Bank BRI

⁷¹ Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, *Faktor-Faktor....*, hal. 72

⁷² Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, *Peran Persepsi....*, hal. 2632

karena dapat dilakukan dengan mobile banking. Hal ini sejalan dengan teori bahwa kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.⁷³ Berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna akan teknologi sejenis juga akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang mana terdapat pada arti perilaku konsumen yaitu kegiatan fisik yang menggunakan barang/ jasa ekonomis.⁷⁴ Faktor budaya juga menjadi salah satu alasan karena faktor dasar yang dinilai dapat menentukan keinginan/ kebutuhan bahkan termasuk perilaku dari seseorang. Selain itu kelompok referensi juga mampu mempengaruhi perilaku seseorang.⁷⁵

Kemudahan yang didapatkan oleh nasabah akan sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi, selain itu juga akan membuat nasabah merasakan efisiensi waktu. Misalnya jika nasabah ingin melaksanakan kegiatan transaksi seperti transfer dimalam hari tidak perlu harus menunggu besok atau harus pergi ke ATM. Nasabah hanya perlu membuka *m-banking* dengan ponsel masing-masing. Kemudahan-kemudahan seperti itulah yang akan membuat nasabah minat dalam

⁷³ Fauziati, Popi, Analisis Faktor-Faktor..., hal. 80

⁷⁴ Swastha Basu dan Irawan, *Manajemen...*, hal. 5

⁷⁵ Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen...*, hal. 11

menggunakan *m-banking*. Karena salah satu tujuan dari adanya pengembangan teknologi untuk memudahkan segala aktivitas nasabah.

B. Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tentang kenyamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung terbukti secara signifikan. Hal ini dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan dan nilai sig. Hasil dari koefisien regresi yang telah dilakukan pada variabel kenyamanan yakni jika kenyamanan naik sebesar nilai koefisien regresi maka jumlah minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan ikut naik.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Mohamad Irfan Bagastia⁷⁶ persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*. Sejalan juga dengan Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia⁷⁷ bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

Hubungan yang positif ini dikarenakan ketika nasabah merasakan kemudahan akan penggunaan *mobile banking* berarti nasabah juga merasakan kenyamanan dalam menggunakan jasa tersebut.

⁷⁶ Mohamad Irfan Bagastia, *Pengaruh Kemudahan...*, hal. 98

⁷⁷ Adi Pratama dkk, *Faktor-Faktor...*, hal. 216

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen tentang individu yang memilih atau menggunakan baik barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan nasabah. Sub budaya juga menjadi salah satu alasan bahwa mobile banking dalam dilakukan dalam keadaan geografis yang jauh dari bank cabang atau pusat akan tetapi masih terdapat signal. Persepsi kenyamanan seseorang juga sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan dalam menggunakan *mobile banking*.⁷⁸

Kenyamanan setiap nasabah memiliki persepsi yang berbeda-beda. Nasabah merasa nyaman jika dapat melakukan kegiatan transaksi tanpa pergi ke bank, dimasa pandemic seperti ini kenyamanan juga menjadi pilihan dalam melakukan transaksi karena tidak perlu bertemu dengan banyak orang. Nasabah hanya perlu melakukan kegiatan transaksi di manapun berada. Dengan menggunakan *mobile banking* nasabah tidak perlu bertemu ataupun bergerombol dengan orang lain untuk mematuhi prokes yang dianjurkan pemerintah.

C. Manfaat Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tentang manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung terbukti secara signifikan. Hal ini dilihat dari hasil uji t yang telah dilakuakn dan nilai sig. Hasil dari

⁷⁸ Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen...*, hal. 11

koefisien regresi yang telah dilakukan pada variabel manfaat yakni jika nilai manfaat naik sebesar nilai koefisien regresi maka jumlah minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan ikut naik.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Imam Sugih Rahayu bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*⁷⁹. Giga Bawa Laksana dkk yakni persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu minat menggunakan *mobile banking*.⁸⁰

Hubungan positif ini sesuai dengan teori bahwa Seseorang yang menggunakan teknologi untuk mengharapkan manfaat yang diterimanya serta membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih efektif dan efisien. Semakin besar manfaat yang diterima, seorang akan menggunakan teknologi tersebut.⁸¹

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang mana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni faktor pribadi yaitu pekerjaan. Manfaat dari penggunaan *mobile banking* bagi suatu pekerjaan akan sangat membantu para nasabah dalam menyelesaikan pekerjaan yang berhubungan dengan keuangan. Para nasabah berkeyakinan bahwa ketika menggunakan *mobile banking* sudah tidak perlu pergi ke bank untuk melakukan transaksi. Hal ini juga sejalan dengan kemanfaatan dengan satu

⁷⁹ Imam Sugih Rahayu, *Minat Nasabah...*, hal. 147

⁸⁰ Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti Rizki, dan Yudhi Dewantara, *Pengaruh Persepsi...*, hal. 6

⁸¹ Hadi, S. dan Novi, *Faktor-Faktor...*, Hlm 55.

faktor yaitu menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah dan akan meningkatkan produktifitas dan efektifitas.

Manfaat *mobile banking* pada saat ini sangat dirasakan manfaatnya oleh para nasabah, hal ini merujuk pada survey yang telah dilakukan oleh peneliti. Manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah seperti mudahnya bertransaksi dalam 24 jam sehingga dapat menambah produktivitas dan keefektifan waktu yang dimiliki oleh nasabah. Manfaat dari *m-banking* juga dapat meningkatkan prestasi kerja nasabah maupun lembaga keuangan. Ketika manfaat yang dirasakan oleh nasabah tinggi maka minat dalam menggunakan *mobile banking* juga tinggi.

D. Keamanan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tentang keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung terbukti secara signifikan. Hal ini dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan dan nilai sig. Hasil dari koefisien regresi yang telah dilakukan pada variabel keamanan yakni jika nilai keamanan naik sebesar nilai koefisien regresi maka jumlah minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan ikut naik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Maria Loki Kristianti, Rilo Pambudi bahwa keamanan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*⁸².

Hubungan antara keamanan dan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah positif hal ini dikarenakan ketika keamanan yang diberikan oleh bank sangat baik maka para nasabah tidak akan ragu dalam menggunakan *mobile banking* dengan kata lain ketika tingkat keamanan tinggi maka akan meningkatkan minat nasabah juga.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dapat dipengaruhi oleh aspek internal. Keamanan yang baik juga mencerminkan faktor psikologis berupa rasa aman akan kekayaan yang disimpan di bank. Keamanan yang baik akan sangat dicari oleh para nasabah karena akan jauh dari resiko adanya kejahatan-kejahatan yang akan merugikan pihak nasabah dan bank.

Nasabah merasa aman jika melakukan transaksi online dikarenakan merasa dilindungi oleh pihak penyedia layanan dari adanya ancaman dan penyalahgunaan rekening. Nasabah merasa bank akan merahasiakan identitas nasabah dari orang lain. Disini pihak dari bank harus memberikan rasa aman terhadap nasabah agar nasabah percaya terhadap sistem yang dimiliki. Kondisi keamanan dari teknologi yang dimiliki juga harus *diupgrade* sesuai dengan kebutuhan bank agar terhindar dari penyalahgunaan data nasabah atau pencurian.

⁸² Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi, *Analisis Pengaruh..., hal. 65*

E. Risiko Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tentang risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung terbukti secara signifikan. Hal ini dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan dan nilai sig. Hasil dari koefisien regresi yang telah dilakukan pada variabel risiko yakni jika nilai risiko naik sebesar nilai koefisien regresi maka jumlah minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* juga akan ikut naik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika bahwa variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce*⁸³. Mohamad Irfan Bagastia bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu minat menggunakan *mobile banking*⁸⁴.

Hubungan risiko dengan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah positif hal ini dikarenakan tingkat resiko yang telah bank minimalisir akan membuat para nasabah menggunakan *mobile banking* karena dianggap mampu memberikan kemudahan dan rasa aman yang diinginkan oleh nasabah.

⁸³ Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, *Peran Persepsi...*, hal. 2632

⁸⁴ Mohamad Irfan Bagastia, *Pengaruh Kemudahan...*, halm 98

Dengan teori perilaku konsumen yang mana faktor psikologis yaitu rasa aman dan juga keyakinan sikap maka seseorang telah memiliki pengetahuan yang didasarkan pada pendapat yang sesuai dengan fakta yang ada. Pada saat pandemic seperti ini penggunaan mobile banking lebih banyak digunakan oleh para nasabah karena tidak perlu keluar rumah dan pergi ke bank untuk melakukan kegiatan transaksi. Hal ini sesuai dengan anjuran pemerintah untuk tetap dirumah saja.

Ketika nasabah akan melakukan transaksi dengan menggunakan *m-banking* maka nasabah juga akan memperkirakan seberapa risiko yang telah diambil ketika melakukan transaksi *online*. Ketika nasabah akan melakukan transaksi misalnya tabungan haji maka nasabah akan melihat dahulu risiko apa yang akan diterimanya jika melakukannya pembayaran iuran bulanan dengan *online*. Jika salah melakukan input data maka akan merugikan pihak nasabah. Akan tetapi jika dilihat dari keefisiensi waktunya pembayaran dengan online adalah hal yang tepat. Selain itu bank harus mampu meminimalisir adanya sebuah risiko pada *mobile banking* yang diciptakan agar berdampak pada tingginya minat nasabah dalam memilih.

F. Kemudahan, Kenyamanan, Manfaat, Keamanan, dan Risiko Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung

Berdasarkan hasil analisa dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji f kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung. Hal ini berarti keenam hipotesis sudah terbukti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah KC Tulungagung artinya bahwa semakin meningkat nilai kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan maka akan meningkatkan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah KC Tulungagung secara signifikan dan sebaliknya jika menurun nilai kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan maka akan menurunkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung.

Minat adalah salah satu aspek yang dibutuhkan atau diinginkan oleh nasabah yang berkaitan dengan nasabah tersebut. Minat merupakan kecondongan seseorang terhadap sesuatu yang ingin diketahuinya

sehingga oaring tersebut juga akan melakukan kegiatan tersebut. Dalam era saat ini penggunaan *mobile banking* menjadi salah satu system yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan pengguna tidak perlu pergi ke ATM atau bank setempat untuk melakukan transaksi, pengguna dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yaitu faktor kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan.

Kemudahan merupakan suatu keyakinan dari seorang pengguna dalam menggunakan teknologi.⁸⁵ Teknologi disini ialah *mobile banking* yang dapat memberikan berbagai kemudahan yang diinginkan oleh nasabah agar nasabah tetap bisa melakukan kegiatan transaksi yang diinginkan. Suatu *m-banking* dapat dikatakan mudah apabila mudah dipelajari, fleksibel, mudah digunakan. Selain itu kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman penggunaan terhadap penggunaan teknologi, reputasi pada pengguna, mekanisme yang handal.

Kenyamanan seseorang pada *mobile banking* tertuju pada mudahnya nasabah dalam melakukan transaksi pada layanan bank yang telah tertera pada saat di manapun atau kapanpun. *Mobile banking* tentunya juga memberikan tingkat kenyamanan yang berstandart tinggi, *Mobile banking* tentunya memberikan keuntungan dan kemudahan agar nasabah menjadi

⁸⁵ Jogiyanto , *Sistem Informasi...*, hal. 115

loyal. Keuntungan disini bisa diartikan adanya hemat waktu yang digunakan oleh nasabah. Manfaat adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk melihat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi sebagai penunjang kinerja.

Dalam penggunaan teknologi pasti akan mengharapkan manfaat yang didapatkan ketika menggunakan suatu teknologi yaitu *mobile banking* yang dapat membantu serta menyelesaikan suatu pekerjaan dengan lebih efektif dan juga efisien.⁸⁶ Ketika manfaat yang diterima oleh *owner* semakin besar maka juga akan semakin besar pula nasabah akan menggunakan *mobile banking*.

Manfaat dari *mobile banking* seperti meningkatnya keefektifan layanan perbankan, semakin mudahnya transaksi dan pelayanan yang lebih cepat. Keamanan merupakan kiat-kiata untuk melindungi segala macam informasi dari seseorang dari berbagai macam penyalahgunaan rekening atau bahkan seperti mendapatkan ancaman.⁸⁷ Keamanan pada *mobile banking* yang diharapkan oleh para nasabah yakni penggunaan system informasi yang aman, risiko akan hilangnya data nasabah atau bahkan hingga kasus pencurian yang dilakukan oleh pelaku dengan berbagai modus yang diterapkan. Jangan pernah memberikan pin ATM atau bahkan identitas anda terhadap orang lain yang kurang dikenal.

Risiko merupakan suatu keadaan dimana nasabah merasa dirugikan atas suatu kejadian yang telah dialami. Unsur risiko pada setiap transaksi

⁸⁶ Hadi, S. dan Novi, *Faktor-Faktor...*, hal. 55

⁸⁷ Budi Raharjo, *Keamanan Sistem...*, hal. 2

menggunakan *mobile banking* memiliki unsur risiko yang tingkatnya berbeda-beda. Pada bank konvensional atau bank syariah tetap memiliki risiko pada setiap transaksi dan besar kecilnya risiko tergantung pada setiap bank yang berusaha meminimalisir suatu risiko agar nasabah memiliki minat dalam melakukan transaksi *online*. Suatu kejadian pada suatu bank yakni ketika orang lain dapat melakukan penarikan dana yang sangat besar pada rekening tabungan yang dilakukan oleh orang tak dikenal yang mengambil data nasabah dengan menggunakan link-link tertentu.

Penelitian diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Imam Sugih Rahayu (2015)⁸⁸, Mislah Hayati Nasution dan Sutisna⁸⁹, Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika⁹⁰, Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif Akuntansi⁹¹, Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti Rizki, dan Yudhi Dewantara⁹², Maria Loki Kristianti, Rilo Pambudi⁹³, Mohamad Irfan Bagastia⁹⁴, Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia⁹⁵

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung. Pada penelitian yang telah

⁸⁸ Imam Sugih Rahayu, *Minat Nasabah...*, hal. 147

⁸⁹ Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, *Faktor-Faktor...*, hal. 72

⁹⁰ Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, *Peran Persepsi...*, hal. 2632

⁹¹ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif Akuntansi, *Analisis Minat...*, hal. 31

⁹² Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti Rizki, dan Yudhi Dewantara, *Pengaruh Persepsi...*, hal. 6

⁹³ Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi, *Analisis Pengaruh...*, hal. 65

⁹⁴ Mohamad Irfan Bagastia, *Pengaruh Kemudahan...*, hal. 98

⁹⁵ Adi Pratama dkk, *Faktor-Faktor...*, hal. 216

dilakukan ini dijelaskan bahwa kemudahan, kenyamanan, manfaat, keamanan, dan risiko penggunaan dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tulungagung. Kelima variabel yang telah diuji oleh peneliti dapat meningkatkan tujuan dari Bank BRI Syariah.