

BAB V

PEMBAHASAN

Pembahasan ini bertujuan untuk menguji pengaruh Digitalisasi Produk (X_1), Fitur Layanan (X_2), dan Keamanan (X_3) terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) Pada Bank Syariah. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada 87 generasi Z di Kabupaten Tulungagung dengan rentang usia 17-25 tahun melalui *google form*. Berdasarkan hasil analisis, maka diperoleh hasil pembahasan penelitian sebagai berikut:

A. Pengaruh Digitalisasi Produk (X_1) Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) Pada Bank Syariah

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa antara variabel digitalisasi produk (X_1) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) di peroleh t_{tabel} sebesar 1,663 dan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,078 > 1,663) dengan nilai signifikan sebesar $0,041 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel digitalisasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Semakin meningkatnya digitalisasi produk yang

dilakukan oleh pihak bank syariah, maka semakin meningkat pula minat menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Hadyan Wjoyo, yang menyatakan bahwa perbankan diminta untuk bertransformasi secara menyeluruh dengan kemajuan teknologi agar tidak ditinggal oleh nasabahnya. Selain itu bank-bank harus bisa melakukan kolaborasi dengan sesama bank, dengan non bank seperti perusahaan asuransi dan perusahaan *financial technology (fintech)*, serta nasabah.⁷² Layanan perbankan digital memudahkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, dll.⁷³ Dengan adanya digitalisasi pada produk bank syariah dapat menarik minat dalam menggunakan *mobile banking*. Sementara itu, manfaat yang diperoleh dengan adanya digitalisasi produk adalah dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, digitalisasi produk dapat meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabah dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Iva Hidayatul Khasanah⁷⁴ dengan judul Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Intensi Generasi Millennial Menggunakan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2015 STAIM Nglawak Kertosono).

⁷² Hadion Wjoyo et.all, *Tranformasi Digital Dari Berbagai Aspek*, (Solok :CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 55

⁷³ Otoritas Jasa Keuangan, *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh...*, hal. 3

⁷⁴ Iva Hidayatul Khasanah, *Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Image...*

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi millennial dalam menggunakan jasa keuangan di lembaga keuangan syariah.

B. Pengaruh Fitur Layanan (X_2) Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) Pada Bank Syariah

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa antara variabel fitur layanan (X_2) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) di peroleh t_{tabel} sebesar 1,663 dan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,307 > 1,663$) dengan nilai signifikan sebesar $0,024 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Semakin meningkatnya fitur layanan yang dilakukan oleh pihak bank syariah, maka semakin meningkat pula minat menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, yang menyatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur dalam suatu produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.⁷⁵ Fitur digunakan sebagai sarana kompetitif dalam bersaing yang membedakan produk perusahaan dengan

⁷⁵ Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, hal. 103

yang lain. Layanan digunakan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. Konsep ketersediaan fitur layanan apabila nasabah merasa kebutuan transaksinya sudah dipenuhi oleh fitur layanan pada *mobile banking* maka akan mempengaruhi minat untuk terus menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Mukaromah⁷⁶ dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa.

C. Pengaruh Keamanan (X_3) Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) Pada Bank Syariah

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa antara variabel fitur keamanan (X_3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) di peroleh t_{tabel} sebesar 1,663 dan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,995 > 1,663$) dengan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan secara parsial berpengaruh

⁷⁶ Nurul Mukaromah, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang*, (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020)

positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Semakin meningkatnya keamanan yang diberikan oleh pihak bank syariah, maka semakin meningkat pula minat menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti, menyatakan bahwa Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi risiko-risiko yang terjadi. Tujuan sistem keamanan harus diimplementasikan pada pengembangan sistem aplikasi perbankan dan yang terpenting yaitu agar sistem aplikasi itu bersifat *easy to use* dan *easy to operate*. Oleh karena itu langkah awalnya yaitu mengidentifikasi risiko yang potensial terjadi pada saat penggunaan teknologi komputerinformasi untuk aplikasi teknologi perbankan.⁷⁷ Keamanan merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan bagi pengguna *mobile banking* dalam melakukan transaksi *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Jefri Wandu, Syamsul Bachri dan Benyamin Parubak⁷⁸ dengan judul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking.

⁷⁷ Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti, *Pengaruh kepercayaan, keamanan...*

⁷⁸ Jefri Wandu, Syamsul Bachri Dan Benyamin Parubak, Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 1, 2020

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

D. Pengaruh Digitalisasi Produk (X_1), Fitur Layanan (X_2), dan Keamanan (X_3) Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y) Pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh digitalisasi produk (X_1), fitur layanan (X_2), dan keamanan (X_3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) pada bank syariah yang menyatakan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 26,698, sedangkan nilai F_{tabel} 2,71 atau dengan nilai signifikan nilai F_{hitung} $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa digitalisasi produk (X_1), fitur layanan (X_2), dan keamanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) pada bank syariah (studi kasus generasi Z di Kabupaten Tulungagung).

Digitalisasi merupakan layanan perbankan berfokus pada sebuah lembaga keuangan mampu mentransfer seluruh layanan yang mereka miliki ke dalam berbagai platform.⁷⁹ Istilah digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan, dan menciptakan budaya digital. Perbankan harus memiliki layanan digital *end to end* yang artinya, antara layanan di *customer service*

⁷⁹ James Barnes G, *Rahasia Manajemen Hubungan...*, hal. 286

dan *back office* berjalan cepat, dan sistem pengumpulan pembayaran dilakukan secara digital.⁸⁰ Dengan mendigitalisasi produk yang sudah ada, tapi juga mengubah pola pikir dan solusi menjadi digital sesuai perilaku dan kebutuhan masyarakat, maka generasi z akan lebih berminat dalam menggunakan *mobile banking*.

Fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau offline.⁸¹ Dengan adanya berbagai fitur layanan pada *mobile banking* yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah masa kini, diharapkan dapat menarik minat generasi z dalam menggunakan *mobile banking*.

Keamanan informasi adalah cara mendeteksi adanya penipuan atau setidaknya mencegah terjadinya penipuan di dalam sebuah sistem yang memiliki basis informasi dan informasi tersebut tidak memiliki arti/makna fisik.⁸² Keamanan merupakan persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan dalam online banking berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari online

⁸⁰ Asti Marlina, Widhi Ariyo Bimo, "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank", *Jurnal Ilmiah Inovator*, Vol. 7 No. 1, 2018

⁸¹ Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8 No. 3, 2020

⁸² Ahmad & Pambudi, B. S., Pengaruh persepsi ..., hal. 5

banking. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *mobile banking*.

Hasil penelitian ini juga di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi⁸³ dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa.

⁸³ Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan..."