

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC LUBUK PAKAM

Sofiana Zahara Lubis¹, Muhammad Faisal Hamdani²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

sofianalubis48@gmail.com, fai.ham74@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lubuk Pakam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan dan wawancara untuk memahami persepsi nasabah terhadap BSI *Mobile*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun BSI *Mobile* menawarkan kemudahan dan fleksibilitas transaksi, minat nasabah untuk menggunakan layanan ini masih rendah. Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala, seperti kurangnya literasi digital, kesulitan teknis, keterbatasan infrastruktur, dan preferensi terhadap metode transaksi tradisional. Namun, nasabah yang telah menggunakan layanan ini merasa terbantu dan puas dengan berbagai manfaat yang ditawarkan, seperti efisiensi waktu dan kemudahan akses. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan edukasi, pengembangan antarmuka aplikasi yang lebih ramah pengguna, serta peningkatan keamanan untuk mendorong adopsi layanan BSI *Mobile* di kalangan nasabah.

Kata kunci: *Minat Nasabah, BSI Mobile, Mobile Banking, Literasi Digital*

1. Pendahuluan

Bank tidak lagi bergantung pada citranya sebagai lembaga yang aman dan terpercaya, namun terus mengembangkan layanannya. Layanan yang ditawarkan saat ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berubah seiring kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup. Layanan *mobile banking*, yang berarti bank menggunakan internet untuk melakukan promosi dan transaksi perbankan online, merupakan salah satu inovasi yang diluncurkan.

Layanan perbankan *mobile* telah membawa perubahan signifikan dalam cara bank berinteraksi dengan para nasabahnya. Dengan adanya layanan ini, nasabah

memperoleh fleksibilitas yang tinggi untuk melakukan berbagai transaksi perbankan kapan saja tanpa dibatasi oleh waktu atau tempat. *Mobile banking* mempermudah nasabah dalam menjalankan transaksi non-tunai melalui perangkat yang mudah diakses, seperti ponsel, tablet, laptop, dan komputer. Melalui teknologi ini, bank dapat meningkatkan interaksi dengan nasabah, sekaligus memberikan pengalaman bertransaksi yang lebih praktis, cepat, akurat, dan efisien. Keberadaan *mobile banking* tidak hanya mempermudah nasabah, tetapi juga memungkinkan bank untuk memberikan layanan yang lebih berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pengenalan layanan *mobile banking* telah membawa perubahan besar dalam strategi bisnis perbankan. Layanan ini memperkenalkan faktor baru yang memengaruhi keputusan bank terkait pembukaan cabang baru atau penambahan mesin ATM. Selain itu, *mobile banking* memberikan peluang bagi bank untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang dapat memengaruhi preferensi dan keputusan nasabah dalam memanfaatkan layanan tersebut. Keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* seringkali didasarkan pada pemahaman dan informasi yang mereka miliki. Salah satu aspek penting dalam pengambilan keputusan ini adalah persepsi terhadap kegunaan layanan. Nasabah cenderung mempertimbangkan keuntungan nyata yang ditawarkan oleh *mobile banking*, seperti kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Jika layanan tersebut dirasakan benar-benar bermanfaat, maka nasabah cenderung lebih sering menggunakan fasilitas *mobile banking*.

Meskipun layanan *mobile banking* menawarkan banyak kemudahan dan efisiensi, masih banyak nasabah yang belum tertarik untuk menggunakan fasilitas ini. Beberapa orang merasa kesulitan memahami cara penggunaan aplikasi atau menganggap aplikasi perbankan online terlalu rumit. Di sisi lain, ada pula yang lebih nyaman dengan metode transaksi tradisional seperti menggunakan mesin ATM atau bertransaksi langsung di bank. Rasa khawatir terhadap kesalahan dalam penggunaan aplikasi, seperti salah memasukkan data, juga menjadi salah satu alasan utama. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan dan kepercayaan terhadap teknologi masih menjadi tantangan dalam adopsi layanan *mobile banking*.

Selain itu, faktor eksternal seperti keterbatasan infrastruktur dan keamanan juga turut memengaruhi minat masyarakat. Ketersediaan jaringan internet yang tidak memadai di beberapa daerah menjadi kendala utama bagi mereka yang ingin menggunakan layanan ini. Kekhawatiran terhadap risiko keamanan, seperti potensi penipuan melalui perangkat seluler, semakin memperkuat keengganan sebagian nasabah. Meskipun demikian, layanan *mobile banking* tetap memiliki daya tarik bagi

mereka yang memahami manfaatnya, terutama karena fleksibilitas dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari seperti pembayaran tagihan dan pengisian saldo e-wallet.

Dari beberapa hasil wawancara dengan nasabah di atas, penulis tertarik untuk mengembangkan riset mengenai minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* khususnya pada BSI *Mobile* dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menunakan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam.

2. Kajian Teoritis

A. Pengertian Faktor

Faktor merupakan elemen, kondisi, atau peristiwa tertentu yang berkontribusi dalam memengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu, serta menjadi bagian dari hasil pengaruh yang lebih besar. Faktor-faktor yang mendorong seseorang tertarik pada suatu hal dapat dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu faktor internal dan eksternal.

B. Pengertian Minat

Minat adalah ketika seseorang berkonsentrasi pada sesuatu karena hal itu membuat dirinya merasa senang. Minat dapat diartikan sebagai perhatian, kesukaan, kesenangan, minat (kesesuaian), atau keinginan terhadap sesuatu. Salah satu cara untuk mencapai minat adalah dengan mengarahkan rasio potensi terhadap bagaimana seseorang bertindak dalam bidang tertentu. Internal dan eksternal adalah dua kategori reaksi. Rasa ingin tahu akan timbul jika kita mempunyai pilihan atau cara pandang terhadap sesuatu atau benda yang dapat dijangkau oleh indra dan berasal dari pikiran pribadi. Minatnya biasanya dibentuk oleh hubungannya dengan objek tersebut. Yang terpenting untuk mengembangkan minat selanjutnya bisa datang dari dalam diri sendiri atau dari orang lain.

C. Pengertian Nasabah

Nasabah, yang juga dikenal sebagai pelanggan, merujuk pada individu atau organisasi yang mendapatkan manfaat berupa barang dan jasa dari suatu perusahaan perbankan. Aktivitas seperti pembelian barang, penyewaan, dan penerimaan jasa termasuk dalam kategori ini. Berdasarkan Pasal 1 Ayat (17) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, nasabah diartikan sebagai "pihak yang memanfaatkan jasa bank." Nasabah memegang peranan vital dalam industri perbankan karena dana yang mereka simpan merupakan salah satu sumber utama yang mendukung operasional dan kelangsungan bisnis bank.

D. **Mobile Banking**

Mobile banking, sebagai salah satu layanan unggulan yang disediakan oleh bank, termasuk bank syariah, memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara fleksibel kapan saja dan di mana saja tanpa perlu datang langsung ke kantor cabang. Layanan ini dirancang untuk memberikan kemudahan serta efisiensi waktu, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengguna layanan perbankan digital. Salah satu bentuk implementasinya adalah BSI *Mobile Banking*, sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler. Dengan aplikasi ini, nasabah dapat melakukan berbagai jenis transaksi, seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga pengecekan saldo secara real-time. Beberapa aktivitas utama yang sering dilakukan melalui BSI *Mobile Banking* mencakup transaksi keuangan, manajemen rekening, dan pembayaran berbasis digital, yang semakin mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perbankan sehari-hari.

- 1) **Pembayaran Tagihan:** Dengan menggunakan BSI *Mobile*, nasabah dapat membayar berbagai tagihan rutin seperti listrik, air, telepon, atau kartu kredit tanpa harus mengunjungi kantor layanan fisik atau menggunakan mesin ATM. Layanan ini memudahkan nasabah untuk menyelesaikan kewajiban pembayaran secara efisien dan praktis melalui ponsel mereka.
- 2) **Transfer Dana:** Fitur transfer pada BSI *Mobile* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memindahkan dana. Nasabah dapat melakukan transfer antar rekening milik sendiri, mengirim dana ke rekening pihak ketiga dalam bank yang sama, atau mentransfer uang ke rekening bank lain di seluruh Indonesia. Semua proses ini dapat dilakukan dengan cepat tanpa perlu datang ke bank.
- 3) **Pembelian dan Pembayaran Online:** BSI *Mobile* memungkinkan nasabah untuk melakukan pembelian barang dan jasa secara online. Contohnya, nasabah dapat membeli tiket perjalanan seperti tiket pesawat atau kereta api, melakukan belanja online, atau melakukan pembelian lainnya. Selain itu, pembayaran untuk transaksi online ini dapat langsung diselesaikan melalui aplikasi, memberikan pengalaman bertransaksi yang nyaman dan efisien.
- 4) **Cek Saldo dan Mutasi Rekening:** BSI *Mobile* juga memudahkan nasabah dalam memantau kondisi keuangan mereka. Nasabah dapat dengan mudah memeriksa saldo rekening kapan saja serta mengakses riwayat transaksi atau mutasi rekening secara real-time. Hal ini memungkinkan nasabah untuk memantau pengeluaran dan pemasukan dengan lebih transparan.

- 5) Top Up dan Pembayaran Ponsel: Selain fitur-fitur tersebut, BSI *Mobile* menawarkan layanan untuk melakukan top up saldo atau pembayaran tagihan ponsel. Layanan ini mencakup top up saldo ponsel milik sendiri maupun milik orang lain, sehingga memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan telekomunikasi mereka.

Praktik-praktik ini dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah BSI dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari tanpa harus mengunjungi kantor cabang fisik. Namun, ada kesenjangan yang muncul ketika pengguna tidak memahami atau menghadapi kesulitan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Kesenjangan dalam penggunaan *mobile banking* lainnya mungkin terjadi karena beberapa alasan:

- a) Pengguna tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang cara menggunakan aplikasi *mobile banking* atau fitur-fiturnya. Kurangnya panduan atau edukasi yang diberikan oleh bank atau penyedia layanan dapat menyebabkan kesenjangan ini.
- b) Aplikasi *mobile banking* memiliki antarmuka yang rumit atau tidak intuitif, membuat pengguna kesulitan dalam menavigasi dan menggunakan fitur-fiturnya dengan benar.
- c) Aplikasi mungkin tidak dirancang dengan memperhatikan kebutuhan pengguna yang memiliki keterbatasan fisik atau sensori, seperti masalah penglihatan atau pendengaran. Hal ini dapat menyulitkan bagi sebagian pengguna untuk menggunakan aplikasi dengan baik.
- d) Pengguna yang kurang berpengalaman dalam menggunakan teknologi atau memiliki tingkat literasi digital yang rendah mungkin menghadapi kesulitan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.
- e) Ketika pengguna mengalami kesulitan atau kebingungan dalam menggunakan aplikasi, kurangnya dukungan pelanggan atau sumber daya yang tersedia untuk membantu mereka dapat menyebabkan kesenjangan dalam penggunaan aplikasi.

Untuk mengatasi kesenjangan dalam penggunaan BSI *Mobile* atau aplikasi *mobile banking* lainnya, penting bagi penyedia layanan untuk memberikan edukasi yang cukup kepada pengguna, merancang antarmuka yang lebih intuitif, memperhatikan kebutuhan aksesibilitas, dan menyediakan dukungan pelanggan yang memadai. Dengan cara ini, pengguna dapat lebih mudah memahami dan menggunakan aplikasi *mobile banking* dengan efektif.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan dan wawancara. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang berkaitan dengan rendahnya minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, khususnya BSI *Mobile Banking*, berdasarkan data-data yang diperoleh dari berbagai sumber.

1) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis informasi dari jurnal, buku, artikel, serta laporan penelitian yang relevan. Sumber-sumber ini memberikan dasar teori serta wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi di bidang perbankan, khususnya *mobile banking*.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data primer dari beberapa nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Nasabah dipilih secara purposive sampling untuk mewakili berbagai latar belakang, seperti perbedaan usia, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis. Wawancara ini bertujuan untuk menggali alasan dan pengalaman pribadi mereka, baik kendala teknis, kepercayaan, maupun preferensi metode transaksi.

3) Analisis Data

Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan wawancara dianalisis secara deskriptif. Analisis ini dilakukan dengan memadukan teori yang ada dalam literatur dengan temuan empiris dari wawancara, sehingga dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai hambatan dan peluang adopsi BSI *Mobile Banking*.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah BSI KC Lubuk Pakam dalam Menggunakan *Mobile Banking*

Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan non-tunai dengan mudah dan nyaman melalui aplikasi bank, yaitu *mobile banking*. Kehadiran layanan ini diharapkan mampu membantu bank mengurangi biaya operasional yang terkait dengan transaksi serta mengurangi antrian di kantor cabang. Selain itu, *mobile banking* memiliki potensi untuk mengubah strategi operasional perbankan, seperti menentukan kebutuhan pembukaan cabang baru atau penambahan mesin ATM. Melalui layanan ini, bank juga memperoleh peluang untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna mendorong nasabah agar semakin tertarik dan terbiasa menggunakan layanan *mobile banking*.

Nasabah memilih *mobile banking* berdasarkan pengetahuan mereka. Jika nasabah percaya bahwa *mobile banking* memiliki banyak manfaat, mereka akan lebih sering menggunakannya. Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam diwawancara dalam penelitian ini. Selain itu, penulis menggunakan data sekunder data yang diperoleh secara tidak langsung dalam penelitian ini. Sumber data sekunder ini berasal dari buku dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian, dan metode pengumpulan data sekunder adalah dokumentasi dan wawancara.

Studi menunjukkan bahwa nasabah masih kurang berminat dengan aplikasi BSI *Mobile* di Bank BSI KC Lubuk Pakam. Karena sejumlah kendala, banyak pelanggan yang belum menggunakan aplikasi ini secara maksimal. Hasil wawancara menunjukkan banyak pelanggan yang tidak tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena beberapa alasan. Beberapa di antaranya adalah pengetahuan yang buruk, keterbatasan, lokasi yang tidak mendukung koneksi internet yang baik, dan keyakinan bahwa mereka tidak membutuhkan layanan tersebut. Meskipun demikian, beberapa pelanggan yang menghadapi masalah ini masih ingin bertanya. Selain itu, pelanggan yang telah menggunakan aplikasi BSI *Mobile* menyatakan merasa lebih baik

Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa nasabah yang telah menggunakan layanan BSI *Mobile* merasa puas dan terbantu, sehingga menjadi loyal terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lubuk Pakam. Sementara itu, nasabah yang belum menggunakan layanan tersebut mungkin merasa tidak tertarik karena berbagai masalah yang menghalangi mereka untuk menggunakannya. Namun, Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lubuk Pakam berharap BSI *Mobile*, dapat menarik minat nasabah dan membuat mereka lebih sering melakukan transaksi perbankan di BSI KC Lubuk Pakam karena pihak bank selalu berusaha mengatasi dan membantu nasabah dalam transaksi perbankan.

B. Kemudahan dan Penggunaan BSI *Mobile*

Dalam penelitian ini, informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* diperoleh melalui wawancara. Berikut adalah hasil wawancara tersebut:

- 1) Kemudahan Bertransaksi, Layanan *mobile banking* dianggap sangat praktis dan fleksibel oleh nasabah. Mereka dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi, seperti memeriksa saldo atau membayar tagihan, tanpa perlu mendatangi ATM atau kantor bank secara langsung.
- 2) Efisiensi Waktu, Penggunaan *mobile banking* membantu nasabah menghemat waktu. Dengan layanan ini, mereka tidak perlu pergi ke bank atau ATM dan

mengantri. Transaksi dapat diselesaikan dengan cepat kapan saja melalui aplikasi *mobile banking* di ponsel.

- 3) Kesesuaian dengan Kebutuhan Nasabah, Nasabah merasa bahwa layanan *mobile banking* memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal efisiensi waktu. Misalnya, mereka dapat menyelesaikan transaksi tanpa harus mengorbankan waktu untuk pergi ke bank atau ATM.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dan senang menggunakan layanan *mobile banking* karena berbagai manfaat yang ditawarkan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lubuk Pakam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun BSI *Mobile* menawarkan berbagai kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi perbankan, tingkat minat nasabah untuk menggunakan aplikasi masih tergolong rendah. Beberapa kendala internal yang memengaruhi minat nasabah antara lain rendahnya literasi digital, preferensi terhadap metode transaksi tradisional, dan kekhawatiran terhadap kesalahan teknis saat menggunakan aplikasi. Selain itu, terdapat kendala eksternal seperti keterbatasan infrastruktur, terutama akses internet yang tidak merata, serta kekhawatiran terkait keamanan digital, seperti risiko penipuan atau kebocoran data.

Namun, nasabah yang telah menggunakan BSI *Mobile* merasa puas dengan manfaat yang diperoleh, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Untuk meningkatkan minat nasabah, disarankan agar bank meningkatkan edukasi mengenai penggunaan aplikasi dan manfaatnya, mengembangkan antarmuka yang lebih ramah pengguna, memperkuat sistem keamanan aplikasi, serta memperluas jangkauan dan kualitas infrastruktur teknologi, khususnya akses internet di wilayah layanan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan BSI *Mobile* dapat menjadi pilihan utama nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

6. Daftar Pustaka

- Akhlaq, M. A. (2011). Internet *banking* di Pakistan. *Jurnal Internet Banking dan Perdagangan*, 16.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan mobile banking*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

- Suharini, M. (2008). Persepsi nasabah terhadap penerapan sistem layanan produk dan jasa e-banking. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Bisnis dan Birokrasi*, 15(3).
- Supriyono, M. (2011). *Buku pintar perbankan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Surachman, A. (2008). *Analisis penerimaan sistem informasi perpustakaan (SIPUS)*. [Tidak dipublikasikan].
- Vadly, A. M., & Marakali, O. (2021). Analisis minat nasabah pada penggunaan aplikasi BSI Mobile dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bank BSI KCP Rantauprapat. *E-Proceeding SENRIABDI*, 1(1).
- Widyastuti, T. (2008). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap pengaplikasian layanan mobile banking: Studi kasus di Kota Yogyakarta*. Skripsi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.