

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

Pada riset ini, peneliti menggunakan Perbankan Syariah sebagai objek penelitian. Bank Syariah ialah sebuah bank yang melaksanakan usahanya dengan berdasar prinsip syariah. Bank Syariah ini beroperasi tidak mengandalkan bunga, akan tetapi dengan bagi hasil.<sup>1</sup> Prinsip-prinsipnya mengikuti aturan-aturan islam dan dalam prakteknya bank syariah juga menjauhi praktek kegiatan yang mengandung unsur-unsur riba.

Adapun perbankan yang menjadi sampel pada riset ini berjumlah 7, antara lain :

#### 1. PT Bank Syariah Tbk (BSI)

Bank Syariah Indonesia ialah bank dari hasil penggabungan antara BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.<sup>2</sup> Pada 1 Februari 2021 BSI secara resmi lahir dan diresmikan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. Hasil dari penggabungan ini mengkombinasikan kekuatan dari kegia bank syariah, alhasil menghasilkan layanan yang lebih baik, jangkauan yang lebih luas serta kapasitas permodalan yang lebih baik.

Bank Syariah Indonesia ialah insiatif dilahirkannya bank syariah yang merupakan kebanggaan masyarakat, yang diinginkan dapat menjadi energi baru untuk pembangunan ekonomi nasional dan memberikan sumbangsih untuk kesejahteraan warga. Adanya Bank Syariah Indonesia juga menunjukkan rupa perbankan Syariah Indonesia yang modern dan global.

Potensi BSI guna terus dan berkembang menjadi elemen dari golongan bank Syariah terkemuka pada taraf dunia sangat terbuka lebar. Dalam konteks ini, adanya BSI menjadi sangat hirarki. Tidak hanya mampu berperan hirarki sebagai perantara pada ekosistem industrial halal, namun pula berusaha mewujudkan harapan negara.

#### Visi :

---

<sup>1</sup>M E Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, "Analisis Pembiayaan Bank Syariah" (Merdeka Kreasi Group, 2022), <https://books.google.co.id/books?id=QHp2EAAAQBAJ>.

<sup>2</sup> BSI "Sejarah Perseroan" diakses pada hari rabu, 12 April 2023 pada pukul 20.30 [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html)

“*Top 10 Global Islamic Bank*”

**Misi :**

- a. Memberikan akses solusi *financial syariah* di Indonesia
  - b. Menjadikan bank besar yang memberikan *value* paling baik untuk pemilik perusahaan
  - c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta paling baik Indonesia
2. Bank Jateng Syariah

Bank Jateng Syariah ialah satu dari beragam elemen dari Bank Usaha Milik Daerah (BUMD) yang menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan keuangan masyarakat dengan menggunakan prinsip syariah dalam peraturan usahanya. Unit Usaha Syariah Bank Jateng resmi beroperasi pada tanggal 26 April 2008, berkantor pusat di Kota Semarang yakni pada Gedung Grinatha Lt. IV, Jl. Pemuda No. 142 Semarang.<sup>3</sup> Adapun untuk Bank Jateng Syariah Kudus berdiri pada tahun 2015 pasca memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai bank syariah.

Sebagai bank syariah, Bank Jateng Syariah Kudus mempunyai prinsip Syariah yang mendasari seluruh kegiatan perbankannya. Bank Jateng Syariah juga mementingkan pelayanan yang baik serta selalu berusaha memberikan solusi terbaik bagi nasabahnya.<sup>4</sup> Bank Jateng Syariah Kudus mempunyai kelebihan yang menjadikannya sebagai bank pilihan yang tepat guna memenuhi kepentingan finansial masyarakat berdasarkan prinsip syariah.

**Visi :**

Menjadi Bank Syariah yang terpercaya dan menjadi kebanggaan masyarakat

**Misi :**

- a. Memberikan sumbangsih yang signifikan terhadap perekonomian keuntungan Bank Jateng
- b. Menyediakan beragam produk dan jasa bank Syariah dengan *service* prima guna memberikan kepuasan dan *value* lebih untuk anggota dan warga alhasil dapat

---

<sup>3</sup>Bank Jateng Syariah “*Profil Bank Jateng Syariah*” diakses pada 12 April 2023 pukul 21.40 <https://syariah.bankjateng.co.id/tentang-kami/profil-syariah>

<sup>4</sup>Spiritkawanua “ *Bank Jateng Syariah Kudus : Bank Syariah Pilihan Masyarakat Kudus*” diakses pada 12 April 2023 pukul 22.00 <https://www.spiritkawanuanews.com/2023/03/31/bank-jateng-syariah-kudus-bank-syariah-pilihan-masyarakat-kudus/>

- menggerakkan sektor riil sebagai pilar pertumbuhan ekonomi regional
- c. Menjalinkan kemitraan dengan beragam pihak terkait guna membentuk sinergi pada pengembangan usaha. Memberikan kesempatan dan motivasi untuk semua pegawai melalui pengembangan semua kemampuan dirinya guna kesejahteraan diri dan keluarganya, anggota, dan warga secara global.
3. Bank Muamalat

Bank Muamalat ialah industri publik yang sahamnya tidak tertulis pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi mulai berjalan sebagai Bank Devisa mulai tanggal 27 Oktober 1994 beracuan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR mengenai Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Beracuan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi dipilih sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.<sup>5</sup>

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk *financial syariah* seperti Sukuk Mudharabah Subordinasi, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang merupakan perkembangan baru di Indonesia.

**Visi :**

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional

**Misi :**

Membentuk instansi *financial syariah* yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan beracuan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, guna mengoptimalkan *value* kepada semua pemangku kepentingan.

---

<sup>5</sup>Bank Muamalat “ *Profil Bank Muamalat*” diakses pada 12 April 2023 pukul 23.00 <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/visi-misi>

#### 4. BTPN Syariah

BTPN Syariah resmi tercatat sebagai Bank Umum Syariah ke-12 di Indonesia pada 14 Juli 2014. BTPN Syariah Kudus terletak di Jl. Jenderal Ahmad Yani No.128 B, Getas, Getas Pejaten, Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59343, Indonesia. BTPN Syariah ialah satu-satunya bank umum Syariah di Indonesia yang fokus dalam memberikan layanan pemberdayaan nasabah dan juga masyarakat inklusi serta mengembangkan keuangan inklusif.<sup>6</sup>

BTPN Syariah selalu menghasilkan kinerja keuangan yang baik serta berusaha memberi nilai tambah dan mengubah kehidupan setiap orang yang dilayaninya. Oleh sebab itu, produk dan layanan anggota BTPN Syariah terus meningkat dan berkembang. Maka, BTPN Syariah bisa terus memberikan efek positif untuk jutaan orang di Indonesia dan mewujudkan Rahmatan Lil Alamin.

**Visi :**

Menjadi Bank Syariah terbaik untuk keuangan inklusif, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia

**Misi :**

Bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh dan hidup yang lebih berarti

#### 5. BTN Syariah

BTN Syariah Kudus diresmikan pada Selasa 15 November. Adanya pembukaan KCPS Kudus ini dijalankan BTN Syariah guna menambah pelayanan masyarakat di wilayah Kabupaten Kudus dan sekitarnya. Pertumbuhan pembiayaan KPR yang cukup bertambah sampai Rp 322 miliar yang menjadikan pertimbangan, alhasil pelayanan guna warga Kudus dan kabupaten sekitarnya bisa lebih dekat.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>BTPN Syariah “ *Profil BTPN Syariah* “ diakses pada 12 April 2023 pukul 23.15 [https://btponsyariah.com/in\\_ID/web/guest/profil](https://btponsyariah.com/in_ID/web/guest/profil)

<sup>7</sup>Saiful Annas “*Buka KCPS Kudus, BTN Syariah Garap Serius Nasabah Usia Produktif*” diakses pada 13 April 2023 pukul 14.00

<https://muria.suamerdeka.com/ekonomi/pr-075661053/buka-kcps-kudus-btn-syariah-garap-serius-nasabah-usia-produktif>

**Visi :**

"Menjadi Strategic Business Unit BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama."

**Misi :**

- a. Mendukung pencapaian sasaran keuntungan bisnis BTN.
  - b. Memberikan pelayanan layanan *financial* Syariah yang unggul pada pembiayaan perumahan dan produk serta layanan *financial* Syariah berhubungan bisa memberikan kepuasan untuk anggota dan mendapatkan pangsa pasar yang diinginkan.
  - c. Menjalankan manajemen perbankan yang relevan dengan prinsip Syariah alhasil bisa menambah ketahanan BTN untuk menghadapi pergantian lingkungan bisnis serta menambah shareholders value.
  - d. Memberi keseimbangan pada pemenuhan kepentingan semua stakeholders serta memberikan ketentraman untuk pegawai dan anggota.
6. Bank Jago Syariah

Bank Jago Syariah merupakan bank digital berbasis syariah. PT Bank Jago Tbk resmi meluncurkan layanan Jago Syariah pada bulan Februari 2022. Aplikasi Jago Syariah adalah sebuah solusi keuangan yang menerapkan prinsip sesuai dengan syariat islam. Jago Syariah melengkapi aspirasi besar Jago sebagai bank teknologi yang ternama pada ekosistem, melayani segmen market melalui pemaksimalan teknologi terkini.<sup>8</sup>

Kehadiran digitalisasi perbankan Jago Syariah diharapkan mampu mendorong kontribusi ekonomi Syariah terhadap perekonomian nasional. Aplikasi Jago Syariah dirancang untuk mengelola finansial menjadi lebih mudah, kolaboratif dan inovatif alhasil warga bisa lebih focus menjalani hidup dengan layanan Syariah.

**Visi :**

Menjadi bank terpercaya dalam menjalin kemitraan dengan dunia usaha untuk mendukung perekonomian Indonesia yang mandiri

**Misi :**

---

<sup>8</sup> Bank Jago “ Jago Syariah Resmi Beroperasi “ diakses pada 13 April pukul 20.00 <https://jago.com/id/media-center/press/jago-syariah-resmi-beroperasi>

- a. Menyediakan layanan transaksi perbankan yang prima dan diyakini oleh warga serta dunia bisnis nasional
  - b. Menjalankan tiap aktivitas perbankan dengan integritas yang luhur
7. Bank Aladin

Bank Aladin merupakan bank digital berbasis syariah. Bank Aladin membuka dan menggampangkan akses *service* perbankan Syariah dengan basisi digital supaya bisa melayani semua lapisan masyarakat, serta menjalin kerjasama dengan para pelaku industry di berbagai bidang.<sup>9</sup> Bank Aladin menomorsatukan keamanan dan kenyamanan anggota serta mengoptimalkan pemakaian teknologi informasi guna mengembangkan produk-produk pendanaan, pembiayaan dan jasa-jasa perbankan lainnya.

**Visi :**

Menjadi bank syariah digital terdepan

**Misi :**

Bersama, memperkuat ekosistem keuangan syariah yang bermanfaat untuk seluruh lapisan masyarakat

**B. Deskripsi Data Penelitian**

**1. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah**

Istilah *Mobile banking* tentunya sudah tidak asing dan sudah sering terdengar di telinga masyarakat. Bank Syariah di Kudus sudah banyak yang menggunakan *Mobile Banking*. Bank syariah ini ialah sebuah bank yang dijalankan berdasarkan syariah.<sup>10</sup> Kemudian untuk *Mobile banking* bank syariah yaitu sebuah layanan digital yang dioperasikan melalui handphone yang berprinsip syariah.

Pada pemakaian *mobile banking* masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berikut ialah beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat pada pemakaian *mobile banking* :

- a. Faktor Keamanan

Faktor keamanan sangat berpengaruh terhadap pilihan masyarakat guna memakai *mobile banking*.

---

<sup>9</sup> Aladin “*Tentang Bank Aladin Syariah*” diakses pada 16 April pukul 22.00 <https://aladinbank.id/tentang-aladin/>

<sup>10</sup> Ahamd Ifham, *Ini Loh Bank Syariah ! Memahami Bank Syariah Dengan Mudah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015).



Sistem keamanan dari *mobile banking* bank syariah sudah bisa dipastikan aman. Hal tersebut relevan dengan perspektif dari CS salah satu bank syariah “*Kalua dari aplikasi sudah bersertifikasi jadi sudah dipastikan benar-benar aman, kalua dari segi transaksi ada dua yaitu dari pin dan kata sandi* “. <sup>11</sup> Selain dari CS bank syariah, ada juga pendapat dari nasabah bank syariah “*Iya lebih aman, karena menurut saya kita dapat melakukan transaksi di ponsel kita sendiri dan hanya kita sendiri yang tahu. Jadi transaksi kita lakukan lebih rahasia*” .<sup>12</sup> Berdasarkan wawancara dengan nasabah tersebut dapat dipahami bahwa nasabah memilih untuk menggunakan *mobile banking* karena keamanannya.

b. Faktor Kewajiban

Pihak bank mewajibkan seluruh nasabahnya menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut dilakukan agar nasabahnya dapat bertransaksi lebih mudah. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari customer service BSI yang peneliti wawancarai “*Seluruh nasabah diwajibkan menggunakan aplikasi mobile banking kecuali nasabah tabungan haji. Karena untuk tabungan haji tidak digunakan untuk transaksi jadi tidak diwajibkan menggunakan mobile banking.*”<sup>13</sup>

c. Faktor Kemudahan

Faktor kemudahan juga menjadi pertimbangan nasabah guna memakai *mobile banking*. Melalui tersedianya *mobile banking* ini transaksi apapun menjadi lebih gampang. Hal ini relevan dengan ungkapan dari Wulan Agustina sebagai nasabah dari BSI yang peneliti wawancarai “*Karena praktis digunakan mbak, jadi mempermudah saya dalam transaksi*”. Dengan demikian, karena kemudahan aplikasi *mobile banking* ini nasabah sangat terbantu.<sup>14</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh beberapa nasabah bank syariah lainnya seperti Anis Rosidah Azmi “*Karena lebih mudah dalam bertransaksi*

---

<sup>11</sup> Fatikha, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2023, transkrip n.d.

<sup>12</sup> Nur Zakiyah Mabruroh, “Wawancara Oleh Penulis, 1 Maret 2023, Transkrip,” n.d.

<sup>13</sup> Fatikha, “Wawancara Oleh Penulis, 15 Februari, Transkrip,” n.d.

<sup>14</sup> Wulan Agustina, “Wawancara Oleh Penulis, 9 Maret 2023, Transkrip,” n.d.

*khususnya untuk saya sebagai nasabah”*,<sup>15</sup> Nur Zakiyah Mabruroh *“Karena lebih mudah ketika melakukan transaksi terutama transfer”*, Lia Chusna Maulida *“Karena memudahkan saat transfer, tidak perlu replot antri ke bank”*<sup>16</sup>

d. Faktor Jarak

Selain faktor keamanan dan kemudahan faktor jarak juga menjadi faktor terpenting dari penggunaan mobile banking. Jarak ATM dan juga kantor cabang yang jauh dari rumah nasabah membuat nasabah kesulitan dalam melakukan transaksi. Seperti pendapat yang disampaikan oleh salah satu nasabah *“Iya mbak, hampir satu jam perjalanan kalau ke bank. Karena jarak rumah dan bank yang jauh akhirnya saya memutuskan untuk menggunakan mobile banking”*<sup>17</sup> Beracuan pendapat tersebut bisa diringkas jika faktor jarak mempengaruhi pemakai mobile banking.

e. Rekomendasi kampus

Pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di IAIN Kudus penerima beasiswa direkomendasikan pihak kampus untuk memakai *mobile banking* sebab dengan memakai *mobile banking* dapat mempermudah mereka dalam pengecekan dana yang sudah cair atau belum. Hal ini seseuai dengan pendapat dari Wulan Agustina yang merupakan mahasiswa IAIN Kudus sebagai penerima beasiswa sekaligus nasabah BSI *“Direkomendasikan dari kampus, karena yang mendapat bidikmisi itu otomatis menggunakan BSI, jadi disarankan menggunakan BSI Mobile agar mempermudah pengecekan saldo ketika sudah cair.”*<sup>18</sup>

f. Kebutuhan pekerjaan

Kebutuhan pekerjaan juga menjadi satu dari beragam faktor pemakaian *mobile banking*. Pada salah satu instansi tempat narasumber bekerja Bank Jateng Syariah menjadi mitra kerjanya oleh karena itu karyawannya di sarankan menggunakan *mobile banking*

---

n.d. <sup>15</sup> Anis Rosida Azmi, “Hasil Wawancara Penulis, 28 Februari 2023, Transkip,”

<sup>16</sup> Lia Chusna, “Wawancara Oleh Penulis, 28 Februari 2023, Transkip,” n.d.

<sup>17</sup> Azmi, “Hasil Wawancara Penulis, 28 Februari 2023, Transkip.”

<sup>18</sup> Agustina, “Wawancara Oleh Penulis, 9 Maret 2023, Transkip.”



karena akan mempermudah dalam pengecekan gaji dan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Nur Zakiyah Mabruroh *“Kebutuhan pekerjaan mbak, karena penyalur gaji karyawannya menghendaki Bank Jateng Syariah sebagai mitra kerjanya”*<sup>19</sup>

g. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan juga berpengaruh terhadap penggunaan M-banking. Penggunaan M-banking ini dipengaruhi oleh kebiasaan yang ada di lingkungan sekitar. Keadaan lingkungan yang beranekaragam itulah yang membuat minat nasabah berbeda pula.

Berdasarkan hasil pengamatan yang sudah dijalankan, peneliti menemukan kenyataan jika pada lingkungan pasar tidak menggunakan bank syariah. Pedagang di pasar lebih memilih menggunakan BMT untuk simpanan atau pembiayaan. Sedangkan untuk transaksi, pedagang pasar menggunakan transaksi secara langsung karena dirasa lebih mudah. Meskipun ada yang menggunakan bank syariah mereka tidak menggunakan M-bankingnya dengan alasan rekening hanya digunakan untuk menyimpan uang dan untuk pengambilan uang mereka lebih suka ke ATM karena transaksi sehari-harinya dilakukan secara langsung tidak melalui M-banking. Hal tersebut relevan dengan ungkapan salah satu pedagang di pasar *“Rekening bank syariah saja mereka tidak punya apalagi m-bankingnya. Rata-rata pedagang pasar untuk transaksi sehari-hari menggunakan BNI, BCA dan BRI. Kemudian dalam hal simpanan dan pembiayaan mereka lebih ke BMT.”*<sup>20</sup>

Hal serupa juga terjadi di UMKU, mahasiswa di UMKU mayoritasnya menggunakan rekening dan M-Banking non syariah. Di lingkungan UMKU mahasiswanya banyak yang menggunakan BNI, BCA dan BRI. Hal tersebut selaras dengan ungkapan salah satu mahasiswa UMKU saat peneliti melakukan observasi *“Kebanyakan mahasiswa UMKU menggunakan rekening dan M-Banking BNI, BCA dan BRI. Alasan mereka tidak menggunakan rekening bank syariah adalah karena ATM bank syariah terbatas, tidak tersebar luas seperti halnya non syariah*

<sup>19</sup> Mabruroh, “Wawancara Oleh Penulis, 1 Maret 2023, Transkrip.”

<sup>20</sup> “Observasi 1, Pasar Jekulo, 26 Maret 2023,” n.d.

*misal saja BRI. Kemudian untuk M-Banking Syariah ada juga yang belum bisa E-money jadi, mereka lebih memilih ke non syariah yang notabennya sudah lebih maju dan bisa E-money.*<sup>21</sup> Berdasarkan hasil observasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan mempengaruhi penggunaan rekening dan M-banking syariah.

## 2. Upaya Meningkatkan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah

Masing-masing bank syariah mempunyai metode yang tidak sama pada upaya meningkatkan penggunaan mobile banking. Upaya ini diperlukan oleh pihak bank agar *mobile banking* dapat digunakan oleh seluruh nasabahnya. Dari keseluruhan total nasabah, ada sebagian nasabah yang belum menggunakan mobile banking, oleh karena itulah upaya ini perlu dilakukan. Adapun upaya-upaya tersebut adalah :

### a. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan dengan menginformasikan kepada nasabah bahwa dengan menggunakan *mobile banking* transaksi nasabah menjadi lebih mudah. Bank syariah selalu mensosialisasikan mobile banking, tentunya dengan strategi yang tepat. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Anis Rosida Azmi “*Mungkin dengan disosialisasikan, jadi dengan sosialisasi tersebut nasabah akan tahu dan paham tentang Mobile Banking*”.<sup>22</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Maristya Cahya Lupita “Mungkin pihak bank harus lebih giat mensosialisasikannya dan pastinya harus menggunakan strategi pemasaranyang tepat”.<sup>23</sup> Selain itu ada juga pendapat dari Nurul Azizah yang sesuai “*Mensosialisasikannya mungkin dengan cara menjelaskan kelebihan-kelebihan dari BSI Mobile agar nasabah menjadi tertarik dan akhirnya menggunakan mobile banking tersebut*”.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> “Observasi 3, Universitas Muhammadiyah (UMKU), 28 FEBRUARI 2023,” n.d.

<sup>22</sup> Azmi, “Hasil Wawancara Penulis, 28 Februari 2023, Transkrip.”

<sup>23</sup> Maristya Cahya Lupita, “Wawancara Oleh Penulis, 28 Februari 2023, Transkrip,” n.d.

<sup>24</sup> Nurul Azizah, “Wawancara Oleh Penulis, 1 Maret 2023, Transkrip,” n.d.

b. Memberikan gift

Upaya ini merupakan sebuah reward untuk nasabah karena sudah menggunakan mobile banking. Bank memberikan gift dalam bentuk barang bagi pengguna mobile banking. Dengan hal ini nasabah yang belum menggunakan akan tertarik dan kemudian menggunakan mobile banking. Hal tersebut relevan dengan pendapat dari Aida selaku customer service Bank Jateng Syariah “*Dengan bersosialisasi tentunya dan memberikan souvenir atau gift sebagai iming-iming agar nasabah mau menggunakan layanan Bima Mobile ini.*”<sup>25</sup>

c. Mewajibkan penggunaan mobile banking

Salah satu bank syariah dikodus mewajibkan setiap nasabahnya menggunakan mobile banking. Nasabah lama maupun nasabah yang baru daftar seluruhnya diwajibkan menggunakan mobile banking. Hal tersebut relevan dengan pendapat yang diungkap oleh Fatikha selaku customer service BSI “*Bank menginformasikan kepada nasabah apabila semua transaksi lebih mudah dilakukan dengan BSI mobile, dan setelah itu bank mewajibkan nasabahnya menggunakan BSI mobile.*”<sup>26</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Lia Chusna Maulida “*Mewajibkan seluruh nasabah BSI menggunakan mobile banking serta menjelaskan kelebihan-kelebihan dari mobile banking tersebut agar nasabah menjadi tertarik dan akhirnya menggunakan mobile banking tersebut*”.<sup>27</sup>

d. Menambah fitur baru

Bank syariah yang baru meluncurkan *mobile banking* perlu menambah fitur baru dalam aplikasinya karena ada beberapa *mobile banking* yang belum lengkap. Karena kekurangan ini nasabah menjadi enggan untuk menggunakan mobile banking. Pernyataan tersebut relevan dengan ungkapkan oleh Nur Zakiyah Mabrurroh “*Menambah fitur-fitur baru seperti*

---

<sup>25</sup> Aida, “Hasil Wawancara, 29 Februari 2023, Transkrip,” n.d.

<sup>26</sup> Fatikha, “Wawancara Oleh Penulis, 15 Februari, Transkrip.”

<sup>27</sup> Chusna, “Wawancara Oleh Penulis, 28 Februari 2023, Transkrip.”

*E-money agar masyarakat menjadi tertarik untuk menggunakan BIMA Mobile*<sup>28</sup>

### C. Analisis Data Penelitian

Bagian ini merupakan hasil wawancara dan observasi penelitian yang telah dijalankan oleh peneliti dan sudah diolah. Bagian riset ini cuma menitikberatkan terkait apa saja faktor yang mempengaruhi pemakaian *mobile banking* bank syariah di Kudus dan upaya meningkatkan pemakaian *mobile banking* bank syariah di Kudus. Selama tahap riset ini, peneliti menemukan titik temu dari beragam informan yang relevan dengan tahap riset selaras dengan hasil kajian, beragam temuan yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

#### 1. Analisis Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Di Kudus

*Mobile banking* ialah *service* digital yang telah dikeluarkan oleh perbankan guna mempermudah pada bertransaksi.<sup>29</sup> Di zaman sekarang ini bank syariah sudah semakin maju dan sudah mengeluarkan *mobile banking*. Dari hasil observasi, bank syariah di Kudus sudah memperkenalkan *mobile banking* ke nasabahnya akan tetapi masih ada nasabah yang belum menggunakannya. Oleh sebab itu hal ini perlu ditinjau lebih lanjut. Pada analisis ini peneliti menggunakan teori TAM untuk menganalisisnya. TAM berfokus pada aspek pengguna serta aspek konten mengenai komponen kognitif yang lebih mengutamakan kegunaan dan kemanfaatan teknologi *mobile*. Teori TAM ini menyediakan dasar untuk mmenelusuri bagaimana variabel eksternal memengaruhi kepercayaan, yaitu kegunaan dan kemudahan penggunaan, sikap dan niat untuk menggunakan. Pada pemakaian *mobile banking*, nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

##### a. Faktor Keamanan

Menurut Andi Dewi Mentari keamanan dan privasi adalah dua faktor hirarki yang bisa mempengaruhi seseorang memakai *mobile banking*.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Mabruroh, "Wawancara Oleh Penulis, 1 Maret 2023, Transkrip."

<sup>29</sup> Ifham, *Ini Loh Bank Syariah ! Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*.

<sup>30</sup> Andi Dewi Mentari, "Keamanan , Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Adopsi m-Banking BRI Makassar Raya M-Banking," *Journal of Business and Banking* 8, no. 1 (2018): 161.

Keamanan ialah penentu yang sangat hirarki perbankan, keamanan menunjukkan keyakinan apakah itu bisa dipertahankan dengan baik atau tidak, keamanan yang dirasakan oleh anggota bisa memberikan dampak positif terhadap aplikasi *mobile banking*. Hasil analisis diketahui bahwa sistem keamanan dari mobile banking bank syariah di Kudus sudah dipastikan benar-benar aman karena sudah bersertifikasi.

b. Faktor Kewajiban

Perspektif Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kewajiban ialah (sesuatu) yang wajib dipenuhi atau suatu keharusan.<sup>31</sup> Menurut definisi kewajiban dari KBBI, maka dapat dikatakan bahwa kewajiban adalah suatu tugas yang harus dilakukan dengan benar. Pada bank syariah di Kudus, tepatnya BSI Kudus mewajibkan seluruh nasabahnya menggunakan aplikasi mobile banking. Karena hal tersebut merupakan kewajiban maka nasabah juga memenuhi kewajiban tersebut. Oleh sebab itu mayoritas nasabah BSI Kudus sudah menggunakan mobile banking.

c. Faktor Kemudahan

Menurut I Gede Prayudi kemudahan pemakaian merupakan taraf keyakinan individu terhadap sebuah sistem sebagai sesuatu yang dalam penggunaannya tidak diperlukan banyak usaha.<sup>32</sup> Dalam arti lain, jika dirasa mudah serta tidak banyak usaha yang digunakan guna pemakaian aplikasi mobile banking maka seseorang akan semakin sering menggunakannya. Hasil analisis diketahui bahwa para nasabah menggunakan mobile banking tidak untuk transfer saja. Nasabah terkadang hanya ingin mengecek saldo mereka. Sebelum ada mobile banking mereka harus ke ATM untuk melakukan pengecekan saldo tetapi sekarang setelah adanya mobile banking pengecekan saldo bisa dilakukan dimana saja tanpa harus ke ATM.

---

<sup>31</sup> Restu, "Pengertian Kewajiban: Jenis, Dan Contohnya" (Gamedia Blog, n.d.), <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-kewajiban/>.

<sup>32</sup> Dr. I Putu Gede Sukadtmaja dkk I Gede Prayudi, *A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), <https://books.google.co.id/books?id=kemudahan=penggunaan=adalah&hl=id>.



Menurut Rahmawati kemudahan penggunaan produk adalah suatu penilaian yang dilakukan konsumen terhadap produk.<sup>33</sup> Keterangan yang dipegang pelanggan mengenai produk maka akan sangat berpengaruh terhadap model pembelian mereka. Pada bank syariah di Kudus informasi mengenai kemudahan penggunaan mobile banking tentunya sudah tersebar luas, oleh sebab itu masyarakat percaya akan kemudahan dari mobile banking dan akhirnya mereka menggunakannya.

d. Faktor Jarak

Menurut *Math value* jarak merupakan ukuran numerik dari seberapa jauh lokasi objek dari objek lain.<sup>34</sup> Dalam ilmu fisika atau kehidupan sehari-hari, jarak dapat berarti jarak antara dua posisi (secara fisik atau perkiraan berdasarkan kriteria tertentu (misalnya jarak Jakarta-Bandung). Hasil analisis penulis diketahui bahwa salah satu alasan nasabah menggunakan mobile banking adalah karena lokasi rumah dengan jarak ke ATM atau kantor cabang cukup jauh. Jarak yang harus ditempuh nasabah cukup jauh mencapai puluhan kilo meter dengan waktu tempuh kurang lebih satu jam. Oleh karena itu nasabah memutuskan memakai *mobile banking* agar mengoptimalkan ketika bertransisi jadi tidak perlu ke ATM atau kantor cabang.

e. Rekomendasi Kampus

Rekomendasi kampus bisa menjadi alasan mengapa nasabah menggunakan mobile banking. Hal ini dikarenakan pihak kampus bekerja sama dengan bank syariah (BSI) dalam penyaluran dana beasiswa. Alhasil mahasiswa yang mendapat beasiswa direkomendasikan menggunakan mobile banking guna mempermudah pengecekan dana beasiswa atau kebutuhan lainnya.

f. Kebutuhan Pekerjaan

Perspektif Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kepentingan merupakan sesuatu yang

---

<sup>33</sup> Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Sidang Marketing?? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2022), <https://books/google.co.id/books?id=kemudahan+penggunaan+adalah&hl=id>.

<sup>34</sup> Compendium of Mathematical Symbol, “*Math Vault (Dalam Bahasa Inggris)*,” 2023. <https://mathvault.ca/hub/higher-math/math-symbols>

diperlukan.<sup>35</sup> Oleh karena itu kepentingan individu bisa dimaknai sebagai sesuatu yang diperlukan individu tau sebagai kemauan individu yang hendaknya dipenuhi untuk meraih kepuasan lahir dan batin untuk keberlangsungan hidupnya. Kepentingan ini bisa berwujud barang atau jasa. Hasil analisis penulis, nasabah bank syariah menggunakan mobile banking dikarena kebutuhan kerja. Tempat ia bekerja, bekerjasama dengan bank syariah dalam hal penyaluran gaji. Jadi, hal tersebut mempengaruhi nasabah untuk menggunakan mobile banking guna mengecek pencairan gajinya atau untuk kebutuhan lainnya.

g. Faktor Lingkungan

Perspektif Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) istilah lingkungan ialah suatu wilayah dan semua elemen yang ada di dalamnya yang terdapat pada sekitar manusia serta mempengaruhi perkembangan kehidupan sehari-harinya. Oleh sebab itu lingkungan yang beranekaragam mempengaruhi penggunaan mobil banking syariah.

Faktor yang paling utama ialah faktor keamanan. Faktor keamanan menjadi dasar pertimbangan paling hirarki untuk nasabah mengambil keputusan dalam penggunaan mobile banking. Sistem keamanan dari *mobile banking* bank syariah sudah bersertifikasi dan terjamin aman maka nasabah tidak perlu risau dan khawatir. *Mobile banking* bank syariah untuk layanan transaksi dilengkapi dengan pin dan kata sandi jadi yang bisa membuka hanya pemilik pin atau kata sandi tersebut.<sup>36</sup> Maka dijamin aman dan rahasia.

---

<sup>35</sup> Ahamad, "Kebutuhan Manusia: Pengertian, Macam, Contoh Dan Alat Pemuas" (Gamedia Blog, 2023). <https://www.gamedia.com/literasi/kebutuhan-manusia/>

<sup>36</sup> Fatikha, hasil wawancara, 15 Februari 2023

## 2. Analisis Mengenai Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah

Mobile Banking merupakan produk inovasi dari perbankan. Dalam penggunaannya tentu terdapat hambatan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Innovation Resistance Theory (IRT) dalam proses penganalisis hambatan produk inovasi. *Innovation Resistance Theory* (IRT) merupakan sebuah teori yang biasa digunakan untuk mengukur tingkat resistensi inovasi terhadap pengguna atau calon pengguna dalam proses adopsi sebuah inovasi.<sup>37</sup>

Menurut Rika dan Muhammad hambatan yang muncul dikarenakan adanya penolakan dari konsumen terhadap inovasi. Kompleksitas produk inovasi dapat dipengaruhi oleh faktor lain. Kompleksitas merupakan sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit untuk dipahami dan digunakan.<sup>38</sup> Faktor ini menunjukkan bahwa ketika konsumen merasakan kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh produk inovatif tersebut, maka tingkat adopsi produk inovatif tinggi. Kemudahan penggunaan produk inovatif mempercepat pengadopsiannya karena produk ini bisa digunakan oleh siapa saja dan tidak membutuhkan banyak waktu untuk mempelajarinya. Adapun faktor yang menghambat penggunaan *Mobile Banking* adalah sebagai berikut :

### a. Hambatan Nilai

Hambatan nilai menyangkut tentang nilai yang diberikan inovasi kepada konsumen. Pada Bank Syariah di Kudus produk inovasi yang diberikan adalah Mobile Banking, yang dirasa nilainya cukup baik karena mendapat rating 3+ dan lima juta lebih orang mendownload pada google play store. Akan tetapi hal tersebut masih kalah dengan *M-Banking* bank konven yang mencapai sepuluh juta orang yang mendownload. Oleh karena itu *M-Banking* syariah masih ada beberapa masyarakat yang menolaknya. Penolakan untuk menggunakan produk ini disebabkan oleh ketidakpuasan pengguna dan

---

<sup>37</sup> Dimas Adha Septyan, “Faktor Penghambat Adopsi Mobile Banking Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Mulawarman.”

<sup>38</sup> Rika Umbaiyani Ritonga et al., “Faktor Penghambat Adopsi Mobile Banking Pada Generasi Milenial” 2, no. 1 (2023): 6–13.

ketidakmampuan produsen untuk menanggapi persepsi pengguna terhadap penggunaan produk tersebut.

b. Hambatan Risiko

Hambatan risiko berkaitan erat dengan risiko yang dapat diterima oleh pengguna produk atau jasa layanan yang mereka gunakan. Pada *M-banking* syariah ini tentunya ada risiko dalam penggunaannya. Tidak hanya *M-banking* ini semua inovasi jasa layanan lainnya juga ada risikonya. Konsumen yang sadar dan paham akan adanya risiko ini maka cenderung menolak inovasi atau menolak menggunakan produk inovasi tersebut.

c. Hambatan Tradisi

Hambatan tradisi diklasifikasikan sebagai penyebab resistensi inovasi psikologis dan diuraikan oleh Ram dan Sheth (1989) sebagai gangguan terhadap rutinitas yang telah lama ditetapkan dan dihargai. Misalnya dalam konteks inovasi teknologi, ketika seseorang menggunakan teknologi layanan mandiri (*selfservice technologies*) tanpa menggunakan pramuniaga atau ketakutan umum bahwa teknologi akan menggantikan pekerjaan manusia (Iallouna, 2013). Semakin besar tradisi terganggu, semakin besar resistensi dari konsumen

d. Hambatan Citra

Hambatan citra adalah pikiran negatif individu terhadap alat teknologi dan persepsi komplikasi penggunaan. Penghalang citra terbentuk jika konsumen memiliki ekspektasi negatif terhadap merek, industri, negara, dan efek dari inovasi tersebut. Hambatan citra dibentuk secara unik melalui prasangka atau klise, oleh karena itu penilaiannya dianggap secara subjektif masing-masing.

e. Hambatan Biaya yang Digunakan

Persepsi biaya sejauh mana konsumen mengharapkan bahwa menggunakan sebuah teknologi tertentu akan membutuhkan biaya (Peng, Xiu, dan Liu, 2011). Hambatan ini dipengaruhi adanya biaya yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan produk inovasi.

Selanjutnya terdapat faktor pendukung pada minat penggunaan aplikasi Mobile Banking Bank Syariah. Faktor pendukung merupakan faktor yang mendukung, mengjak dan ikut serta dalam dukungan suatu kegiatan. Adapun faktor yang mendukung minat penggunaan Mobile Banking yaitu sebagai berikut :

a. Faktor Internal

Menurut Mangkunegara, faktor Internal yaitu faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang. Faktor Intrinsik/Internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri Individu yaitu berarti bahwa suatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya, disini minat datang dari diri orang itu sendiri. Relevan dengan hasil penelitian, bahwa nasabah menggunakan M-Banking karena keinginannya sendiri tanpa paksaan dari orang lain.

b. Faktor Eksternal

Menurut Anna Afi Hayy dan Agus Suharsono, faktor Eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi Individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Menurut Mangkunegara, faktor Eksternal yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Faktor ekstrinsik ialah faktor dari luar yaitu berarti bahwa suatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar. Hal ini juga relevan dengan hasil penelitian bahwasanya salah satu nasabah bank syariah menggunakan M-Banking karena dorongan atau rekomendasi dari orang lain. Nasabah ini menggunakan M-Banking karena direkomendasikan kampus agar memudahkan dalam pengecekan dana beasiswa yang ia terima.

c. Faktor Emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, dengan demikian maka bisa dikatakan bahwa emosional bisa mendorong kuat seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan nya untuk mencapai tujuannya.<sup>39</sup>

**3. Analisis Mengenai Upaya Peningkatan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Kudus**

*Mobile banking* tidaklah hal yang asing lagi, sebab sudah menjadi elemen dari inovasi perbankan untuk mengikuti perlombaan bisnis global. M-banking memakai jaringan pengaman ganda atau berlapis, yakni dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan

---

<sup>39</sup> Rudi Hartono, Fathuddin Abdi, and Muhammad Subhan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri” 2, no. 2 (2022): 105–18.



itu sendiri, alhasil tidak perlu dikhawatirkan pemakaiannya.<sup>40</sup> Namun semakin beragam keterangan pribadi yang hendaknya diberikan pada pemakaian m-banking, maka semakin besar peluang anggota guna menolak pemakaian m-banking. Keadaan ini berdampak pelanggan tidak bisa mengoptimalkan faedah dari pemakaian m-banking, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk menolak menggunakan m-banking. Kondisi ini berakibat konsumen tidak dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan m-banking. Oleh karena itu maka diperlukan upaya guna meningkatkan penggunaan mobile banking. Upaya setiap bank syariah dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* berbeda-beda namun hampir sama. Berikut adalah ringkasan hasil wawancara mengenai peningkatan penggunaan *mobile banking* :

a. Sosialisasi

Menurut Jamal Syarif sosialisasi adalah suatu tahap interaksi sosial yang mengakibatkan individu mengidentifikasi metode berpikir, berperasaan, dan berperilaku, yang memungkinkannya untuk berpartisipasi dalam kehidupan masyarakatnya.<sup>41</sup> Sosialisasi dilakukan dengan menginformasikan kepada nasabah bahwa dengan menggunakan *mobile banking* transaksi nasabah menjadi lebih mudah. Bank syariah selalu mensosialisasikan mobile banking, tentunya dengan strategi yang tepat.

b. Memberikan gift

Upaya ini merupakan sebuah reward untuk nasabah karena sudah menggunakan mobile banking. Bank memberikan gift dalam bentuk barang bagi pengguna mobile banking. Dengan hal ini nasabah yang belum menggunakan akan tertarik dan kemudian memakai mobile banking.

c. Mewajibkan pemakaian mobile banking

Kewajiban perspektif Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah (sesuatu) yang wajib dipenuhi

---

<sup>40</sup> Syamsul Hadi and Universitas Islam Indonesia, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan,*” n.d., 55–67.

<sup>41</sup> Jamal Syarif, “SOSIALISASI NILAI-NILAI KULTURAL DALAM KELUARGA Studi Perbandingan Sosial-Budaya Bangsa-Bangsa,” n.d. <https://ejournal.undip.ac.id/article/download>.

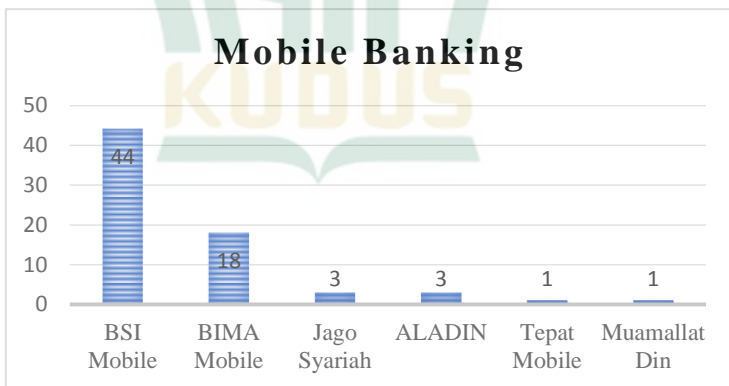
atau suatu keharusan. Salah satu bank syariah dikudus mewajibkan setiap nasabahnya menggunakan mobile banking.<sup>42</sup> Nasabah lama maupun nasabah yang baru daftar seluruhnya diwajibkan menggunakan mobile banking. oleh sebab itu, karena pihak bank mewajibkan seluruh nasabahnya menggunakan Mobile banking maka nasabah pun memenuhi kewajiban tersebut.

d. Menambah fitur baru

Bank syariah yang baru meluncurkan *mobile banking* perlu menambah fitur baru dalam aplikasinya karena ada beberapa *mobile banking* yang belum lengkap. Karena kekurangan ini nasabah menjadi enggan guna memakai mobile banking.<sup>43</sup>

Beracuan analisis tersebut, maka uapaya yang paling direkomendasikan penulis adalah dengan bersosialisasi dan memberikan gift kepada masyarakat. Sosialisasi diperuntukan oleh masyarakat umum sedangkan gift diberikan kepada nasabah pengguna mobile banking baru. Sosialisasi menginformasikan kepada nasabah bahwa dengan menggunakan *mobile banking* transaksi nasabah menjadi lebih mudah. Kemudian strategi dengan memberikan gift dirasa cukup ampuh menarik minat nasabah karena mereka tertarik dengan hadiah nya dan akhirnya memakai m-banking.

**Gambar 4. 1 Hasil Suvey Pengguna *Mobile Banking***



<sup>42</sup> Restu, “*Pengertian Kewajiban: Jenis, Dan Contohnya.*”

<sup>43</sup> “Hasil Wawancara Dan Hasil Observasi,” n.d.

*Sumber: Data Peneliti yang Diolah, 2023*

Perspektif OJK *mobile banking* ialah sebuah transaksi perbankan melalui media mobile sudah baik berupa aplikasi m-Banking atau aplikasi standar operator seluler.<sup>44</sup> Beracuan survey yang telah dilakukan peneliti, memperoleh hasil bahwa penggunaan BSI Mobile lebih unggul dari *mobile banking* lainnya. Dapat dilihat dari diagram diatas, terdapat 44 orang yang memilih BSI Mobile. BSI Mobile lebih unggul dibandingkan *mobile banking* lainnya karena sistem layanannya yang baik dan cukup canggih dan karena BSI sendiri merupakan bank syariah terbesar di Kudus. Meskipun demikian, *mobile banking* lainnya juga tidak kalah canggih hanya saja masih ada kekurangan. Alhasil masyarakat lebih memilih menggunakan BSI Mobile. Mayoritas pengisi survey adalah mahasiswa, hal ini juga mempengaruhi karena kebanyakan dari mahasiswa menggunakan BSI Mobile digunakan untuk membayar uang kuliah. Berbda lagi jika mayoritas pengisi survey guru maka bisa jadi BIMA Mobile yang lebih unggul karena Bank Jateng Syariah merupakan mitra kerja dari Lembaga Pendidikan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh kebutuhan masing-masing individu.<sup>45</sup>

### **Kesimpulan Analisis**

Berdasarkan uraian analisis di atas dapat diketahui bahwa hasil analisis berupa adanya faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi mobile banking bank syariah, adanya faktor pendukung dan faktor penghambat minat penggunaan mobile banking syariah serta upaya untuk meningkatkan penggunaan aplikasi mobile banking bank syariah. Untuk faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi mobile banking penulis menggunakan teori TAM yaitu teori yang menyediakan dasar untuk mmenelusuri bagaimana variabel eksternal memengaruhi kepercayaan, yaitu kegunaan dan kemudahan penggunaan, sikap dan niat untuk menggunakan. Hasil analisis relevan dengan teori bahwasannya faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi mobile banking itu diantaranya ada Faktor Keamanan, Faktor Kewajiban, Faktor Kemudahan, Faktor Jarak, Rekomendasi Kampus, Kebutuhan Pekerjaan dan Faktor Lingkungan.

Kemudian analisis yang kedua terkait faktor penghambat dan faktor pendukung, penulis menggunakan teori IRT untuk menganalissinya. Adapun hasil yang didapat adalah bahwa faktor

---

<sup>44</sup> OJK, “Seri Literasi Perbankan,” 2023. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/Perbankan->

<sup>45</sup> “Hasil Survey Google Form, 7 April 2023,” n.d.

penghambat minat nasabah menggunakan aplikasi mobile banking ada lima hambatan yaitu hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, hambatan citra dan hambatan biaya yang digunakan. Selanjutnya untuk faktor pendukung ada tiga faktor yang mendukung minat penggunaan mobile banking syariah yaitu faktor internal, faktor eksternal dan faktor emosional.

Pada bagian terakhir mengenai analisis upaya peningkatan penggunaan aplikasi mobile banking. hasil analisis menunjukkan bahwa upaya yang digunakan bank syariah untuk meningkatkan penggunaan aplikasi mobile banking adalah dengan melakukan Sosialisasi, Memberikan gift, Mewajibkan penggunaan mobile banking dan Menambah fitur baru.

