

**PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN DAN
FITUR *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Maharani Dwina Ayulia Raharjo

1905036122

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Maharani Dwina Ayulia Raharjo

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Maharani Dwina Ayulia Raharjo

NIM : 1905036122

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN
TERHADAP FITUR MOBILE BANKING BANK SYARIAH
INDONESIA

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.


Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 13 Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II


H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP.197109082002121001


Dessy Noor Farida, SE., M.Si, AK CA
NIP. 197912222015032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Maharani Dwina Ayulia Raharjo
NIM : 1905036122
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN DAN FITUR MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang)**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude pada tanggal : **17 April 2023**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024

Semarang, 17 April 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Drs. Zaenuri, M.H.
NIP. 196103151997031001

Penguji Utama I,

Mashilal, S.E.I., M.Si.
NIP. 198405162019031005

Pembimbing I,

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Sekretaris Sidang,

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Penguji II,

Kartika Marella Vanni, S.S.T, M.E.
NIP. 199304212019032028

Pembimbing II,

Dessy Noor Farida, SE., M.Si., AK CA
NIP. 197912222015032001



MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

PERSEMBAHAN

Pada lembar persembahan ini, penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan kesempatannya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tanggung jawab. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh ketulusan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Indriyatno dan Ibu Sri Rahayu Rahmawati yang telah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, mendidik, menjagaku dengan penuh keikhlasan dan kesabaran di setiap harinya. Teruntuk Ibu tercinta, terima kasih selalu menjadi pendukung yang baik, penyemangat di segala keadaan, dan menjadi alasanku bertahan sampai bisa menempuh Pendidikan kuliah strata 1. Teruntuk Bapak, terimakasih sudah memberi semangat, dan membantuku dalam menempuh Pendidikan strata 1 ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada kalian berdua.
2. Terkasih dan tersayang (Alm) bapakku Suwarjo yang selalu menjadi semangatku dalam segala hal. Terimakasih sudah memotivasi untuk bisa sampai dititik ini, semoga beliau bangga dan tenang di sisi Allah SWT.
3. Kepada kakaku Raharjo Fajar, dan adikku Nabil Setiawan, terimakasih atas doa yang diberikan kepadaku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita semua bisa meraih kesuksesan dunia dan akhirat.
4. Kepada manusia yang memiliki ambisi sangat besar namun sangat perhatian, Bintang Gimnastiar Ahmad, terimakasih selalu kebersamai pada dihari-hari baik maupun pahit. Terimakasih selalu mendukung dan menyemangati dalam penulisan skripsi ini, selalu sabar dalam meluangkan waktunya di sela kesibukannya. Semoga selalu kebersamai dan semoga Allah memudahkan segala urusannya.
5. Terimakasih sudah mendengarkan keluh kesahku selama menyelesaikan skripsi Annisa Shorea Pinanga, dan Arif Hidayatullah, yang dengan sabar mensupport, membimbing dari awal hingga akhir.
6. Teman Bersamai tersayang Utik, Syifa, Anis, Fera, Novi, Fefi, Agnes, Rini trioktavia, Amik, Ditok terima kasih sudah menjadi teman baik yang ada sampai sekarang untuk berbagai cerita.

7. Keluarga Brikov House Dita, Putri, Kurma, Shintia dan Uni terimakasih sudah memberikan kebaikan dan selalu menolong dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga Allah memberikan kemudahan bagi kalian.
8. Teman-teman organisasiku dari HMJ S1 Perbankan Syariah, Dema FEBI, Lekraf yang sudah memberikan pelajaran dalam berorganisasi. Serta teman kelasku yang sama-sama berjuang dari berbagai daerah PBAS D 2019, semoga Allah selalu memberikan hari baik untuk kalian.
9. Semua Pihak yang membantu selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maharani Dwina Ayulia Raharjo

NIM : 1905036122

Jurusan Program Studi : (S1) Perbankan Syariah

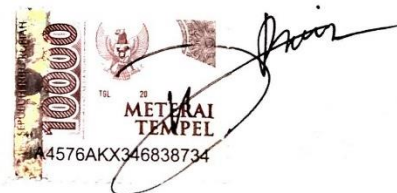
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Layanan Terhadap Fitur *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Febi Dan Dosen Febi Uin Walisongo Semarang)”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, Maret 2023

Deklarator



Maharani Dwina Ayulia Raharjo

NIM. 1905036122

TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “ Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

ا = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Qa
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Tsa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = A
ج = Ja	ز = Za	ظ = Zha	ل = La	
ح = Ha	س = Sa	ع = ‘	م = Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ...ي	fathah dan ya	Ai
َ...و	fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
ى...ا...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā
ي....	Kasrah dan ya	Ī
و....	Dhammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

F. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al* misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطبيعية المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital yang disediakan perbankan syariah untuk bertransaksi khususnya *mobile banking* sangatlah penting. Karena persepsi nasabah yang baik/positif akan memberikan citra yang baik bagi bank, dan berpengaruh bagi kemajuan bisnis dalam jangka panjang di era persaingan bisnis bank yang semakin kompetitif. Selain kualitas layanan, fitur juga menjadi poin terpenting karena menjadi keunggulan dan ciri khas tersendiri bagi suatu produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menemukan persepsi berbeda-beda dari responden. Terdapat 8 (delapan) kategori persepsi, tentang aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan & alternatif dalam melakukan pembayaran 80%, Kualitas layanan *mobile banking* BSI sudah sangat baik dan jarang terjadinya masalah 73%. Fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* BSI sudah lengkap 80%, Fitur islami *mobile banking* BSI menjadi pembeda dengan *mobile banking* bank lain 86%, Masih perlu adanya penambahan fitur pada aplikasi *mobile banking* BSI 66%, dan sudah banyak edukasi mengenai *mobile banking* BSI dan fitur yang di sediakan di dalamnya 33%. Kualitas layanan *mobile banking* BSI belum sepenuhnya memberikan rasa aman dalam penggunaannya 40%, Kualitas layanan & fitur y *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah ununtuk menggunakan *mobile banking* 73%. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dari persepsi tersebut, yaitu faktor pribadi, psikologis, sosial, dan budaya.

Kata Kunci : Persepsi, Kualitas Layanan, Fitur *Mobile Banking* dan Bank Syariah Indonesia

ABSTRACT

Customer perceptions about the quality of digital services provided by Islamic banking for transactions, especially mobile banking, are very important. Because good/positive customer perceptions will provide a good image for the bank, and will affect business progress in the long term in an increasingly competitive era of bank business competition. In addition to service quality, features are also the most important point because they are advantages and characteristics for a product. This study used a descriptive qualitative method by collecting observational data, interviews, and documentation.

The results of this study found different perceptions of the respondents. There are 8 (eight) perception categories, regarding the Bank Syariah Indonesia mobile banking application providing convenience & alternatives in making payments 80%, BSI's mobile banking service quality is very good and problems rarely occur 73%. The features in BSI mobile banking are 80% complete, BSI mobile banking Islamic features are a differentiator from other bank mobile banking 86%, there is still a need for additional features in the BSI mobile banking application 66%, and there has been a lot of education about BSI mobile banking and the features provided in it are 33%. The quality of BSI's mobile banking services has not fully provided a sense of security in its use 40%, service quality and mobile banking features have become a factor in customer interest in using mobile banking 73%. There are factors that influence these perceptions, namely personal, psychological, social, and cultural factors.

Keywords: Perception, Service Quality, Mobile Banking Features and Indonesian Sharia Banks

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, rasa dan puji dan syukur penulis panjatkan atas nikmat dan karunia yang telah Allah limpahkan kepada penulis. Penulis selalu berdoa memohon kepada-Nya untuk senantiasa istiqamah, ikhlas dan sabar. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada suri tauladan kita semua Nabi Muhammad *shallahu alahi*.

Alhamdulillah hasil karya skripsi dengan judul “Persepsi Nasababah Tentang Kualitas Layanan dan Fitur *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia” telah berhasil penulis selesaikan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) dalam Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi adalah hanya satu dari rangkaian panjang yang penulis tempuh dan jalani sejak tahun 2019 penulis berkuliah di tempat yang menyenangkan ini. Beragam rintangan dalam menuntut ilmu, lelah dan semangat yang terkadang terkadang *drop* dapat penulis jalani berkat do'a, bimbingan, tuntunan, dorongan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga berbagai kendala tersebut dapat dihadapi. Oleh karena itu sudah sepantasnya penulis bersyukur dengan mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekertaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. selaku Dosen Wali penulis di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan dan motivasi selama duduk di bangku kuliah.
5. Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan dan ketulusan membimbing penulis dalam menyelesaikan karya skripsi ini.

6. Ibu Dessy Noor Farida, SE., M.Si., Akt Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang dengan penuh keikhlasan, kesabaran dan ketulusan membimbing penulis menyelesaikan karya skripsi ini. Segenap dosen dan tenaga kependidikan serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang ikhlas untuk membantu penulis dalam memperoleh data.
8. Kepada orang tuaku yang telah merawat, menjaga, mendidik, mendukung dan memberikan arahan serta bimbingan pendidikanku sampai di perguruan tinggi
9. Terimakasih kepada teman-teman organisasi dan teman-teman mahasiswa Perbankan Syariah 2019 yang telah menemani penulis dalam mencari ilmu.
10. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berjasa membantu penulis dengan berbagai macam supportnya.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas segala kritik dan saran yang membangkitkan karena hal itu menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam dunia akademik maupun non akademik.

Semarang, Maret 2023

Penulis,

Maharani Dwina Ayulia Raharjo

NIM.1905036122

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	vii
TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A Latar Belakang	1
B Rumusan Masalah	8
C Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D Tinjauan Pustaka	8
E Metode Penelitian.....	15
F Sistematika Penulisan	21
BAB II	23
LANDASAN TEORI.....	23
A. Persepsi	23
1. Pengertian Persepsi.....	23
2. Faktor Pengaruh Persepsi	25
3. Proses Terjadinya Persepsi	26
4. Macam-macam Persepsi.....	27
B. Kualitas Layanan.....	28
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	28
2. Karakteristik Kualitas Layanan	30
3. Indikator Kualitas Layanan	31
C. Fitur-Fitur.....	32
1. Pengertian Fitur-Fitur	32

2. Indikator Fitur.....	33
D. <i>Mobile Banking</i>	33
1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	33
2. <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (<i>BSI Mobile</i>)	34
BAB III.....	38
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	38
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI).....	38
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	38
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia	38
3. Layanan dan Produk PT. Bank Syariah Indonesia	39
B. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.....	47
1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Begeri Walisongo Semarang	47
2. Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.....	48
3. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.....	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A Hasil Penelitian	51
B Pembahasan Hasil dari Penelitian	62
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
A Kesimpulan	69
B Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Nama dan Jabatan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang	48
Tabel 4.1 Kategori Persepsi Responden Tentang Kualitas layanan dan Fitur <i>Mobile Banking</i> BSI.....	52
Tabel 4.2 Pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 fitur-fitur <i>Mobile Banking</i>	4
Gambar 1.3 Grafik Data Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Paling Diminati 2022	5
Gambar 3.1 Tampilan Utama BSI <i>Mobile</i>	41
Gambar 3.2 Fitur Waktu Sholat BSI <i>Mobile</i>	42
Gambar 3.3 Fitur Layanan Islami BSI <i>Mobile</i>	42
Gambar 3.4 Fitur QRIS BSI <i>Mobile</i>	43
Gambar 3.5 Fitur Pembukaan Rekening BSI <i>Mobile</i>	43
Gambar 3.6 Fitur Menu Customer Care BSI <i>Mobile</i>	44
Gambar 3.7 Fitur Layanan Pembayaran BSI <i>Mobile</i>	45
Gambar 3.8 Fitur BSI <i>Mobile</i> lainnya.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

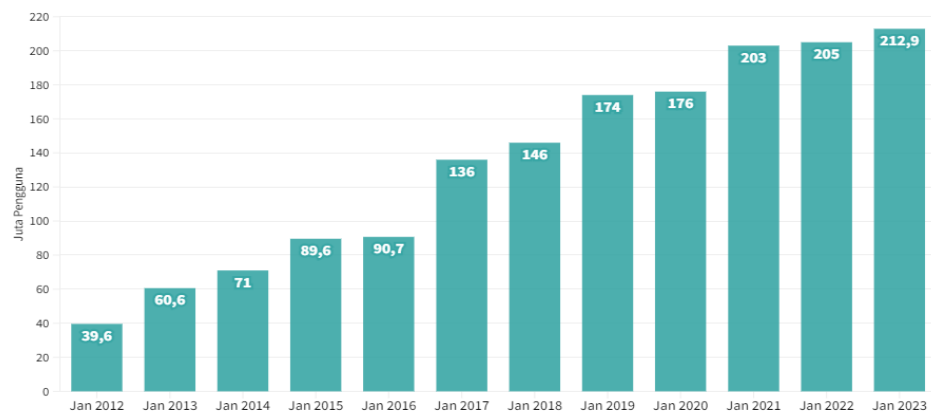
A Latar Belakang

Pada era ini perkembangan teknologi sudah sangat maju dan sangat dirasakan oleh semua masyarakat di dunia dalam hal melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini adalah sesuatu yang akan berjalan terus dengan berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan manusia. Era globalisasi membuat kegiatan yang dilakukan semua orang membutuhkan yang dinamakan teknologi, dimana teknologi memiliki dampak terhadap peningkatan interaksi antar manusia, baik dalam hal berkomunikasi, informasi, kegiatan ekonomi maupun interaksi sosial masyarakat. Perkembangan teknologi yang semakin di rasa cepat ini bisa mendukung akan keberhasilan suatu organisasi bisnis.

Perkembangan Internet menjadi salah satu faktor penting dalam menggunakan teknologi. Internet menjadi hal utama pada era ini di kehidupan sehari-hari dalam berkomunikasi, mencari informasi, bahkan dalam bertransaksi ekonomi saat ini harus memiliki akses internet. Saat ini ponsel menjadi hal yang sangat penting dikalangan masyarakat baik dunia maupun masyarakat Indonesia karena memiliki akses internet. Dimana masyarakat selalu menggunakan ponsel dalam beraktivitas.

Berikut adalah grafik mengenai akses internet menggunakan Ponsel

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
(Januari 2012-januari 2023)



Sumber: *We Are Social*, 26 Januari 2023

Berdasarkan Grafik 1.1 menunjukkan bahwa akses internet terus meningkat dari tahun 2012 sampai tahun 2023. Peningkatan yang sangat cepat terjadi di tahun 2017 yang menunjukkan angka 136 juta pengguna di banding tahun sebelumnya 2016 menunjukkan angka sebesar hanya 90,7 juta pengguna internet di Indonesia. Lalu di banding tahun sebelum-sebelumnya 2023 memiliki angka yang sangat tinggi yaitu menunjukkan angka 212,9 juta pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari 2023. Dari hal ini dapat di lihat bahwa penggunaan internet sangatlah sering dilakukan oleh masyarakat dalam hal mengakses berbagai informasi maupun kepentingan yang di butuhkan.

Perkembangan teknologi yang canggih di era ini di dimanfaatkan oleh industri perbankan khususnya bank syariah. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana diatur dalam UU Perbankan Syariah, kegiatan perbankan syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. Kegiatan perbankan syariah yaitu menghimpun dana milik masyarakat memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan prinsip bagi hasil.¹ Bank syariah harus mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi, sebab hal ini dapat memajukan ekonomi keuangan syariah, memperluas pemasaran produk bank, dan hal yang paling penting ialah membantu nasabah agar lebih mudah dalam hal bertransaksi. Perkembangan sistem yang dilakukan oleh bank syariah Indonesia agar nasabah mudah bertransaksi adalah meluncurkan produk *mobile banking*. *Mobile banking* adalah salah satu hasil dari kemajuan teknologi yang ada dengan memiliki kelebihan dibandingkan dengan ATM, dan *Internet banking*. *Mobile banking* merupakan layanan yang diberikan dalam mendukung kelancaran dengan memfokuskan pada kemudahan dan keefektifan nasabah dalam melakukan transaksi menggunakan layanan data yang disediakan, selain itu layanan *mobile banking* dapat mengurangi biaya transaksi, sehingga segala transaksi yang dilakukan secara tepat, cepat dan efisien. Namun belum banyak yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi

¹ Dessy Noor Farida, et al. "The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah "Journal of Islamic Finance and Banking : Walisongo State Islamic University, Semarang. Vol.3 No.1 2021

keuangan, dikarenakan kurangnya pemahaman terkait *mobile banking*.²

Agar mampu bersaing perbankan juga dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan memiliki produk perbankan yang kurang dalam pelayanan maka sebuah bank dapat dengan mudahnya ditinggalkan oleh nasabah.³ Kualitas layanan merupakan faktor yang harus diperhatikan bagi pihak bank. Kualitas layanan bank sangatlah penting dalam memberikan kepuasan pada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimalisir nasabah akan berpindah hati pada bank lain. Untuk kemajuan suatu bank maka perlu mencermati permintaan dan keinginan nasabah pada suatu produk dan jasa yang ditawarkan, salah satunya dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan bank pada nasabah. Memiliki nasabah yang puas akan menciptakan pandangan baik pada calon nasabah dan menciptakan nasabah yang setia.⁴

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh pihak atau jasa yang melayani, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani atau nasabah. Karena nasabah yang menerima atau menikmati layanan dapat mengukur kualitas pelayanan dan layanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.⁵ Selain kualitas yang dinilai oleh nasabah, faktor lain yang membuat nasabah menilai mengenai *mobile banking* ialah dari fitur yang disediakan oleh *mobile banking* tersebut. Bank Syariah Indonesia merupakan bank baru yang ada di Indonesia dan sudah memiliki *mobile banking*, dengan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sudah banyak. Baik dalam pembayaran sekolah maupun dalam pembayaran kebutuhan.

² Ariana Uswatun Khasanah, "*Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di BRI Syariah*," hal 2.

³ Roni Andespa, "*Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*", Dalam *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* ", Vol. 1, No. 1 (Padang: Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang) Januari – Juni 2006, h. 79

⁴ Tri Astuti dan Indah Mustikawati, "*Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*", *Jurnal Nominal*, Vol. II, No. I (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013) h. 185

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, "*Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*", (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 220-221

Berikut adalah gambaran umum terkait fitur yang di sediakan oleh Bank Syariah Indonesia pada layanan *mobile banking*.

Gambar 1.2 fitur-fitur *Mobile Banking*



Sumber: bsimobile.co.id

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan mengenai fitur-fitur dan layanan yang di tawarkan bank syariah Indonesia melalui aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Yang pertama mengenai informasi rekening, memuat pilihan informasi, portofolio, daftar mutasi dan lainnya. Yang selanjutnya Fitur transfer, pembelian, layanan islami, pembayaran, lokasi cabang ATM Bank Syariah Indonesia terdekat, dan fitur lainnya. Hal ini menunjukkan fitur yang disediakan oleh *mobile banking* Bank Syariah Indonesia bertujuan untuk mempermudah nasabah Bank Syariah Indonesia dalam bertransaksi.

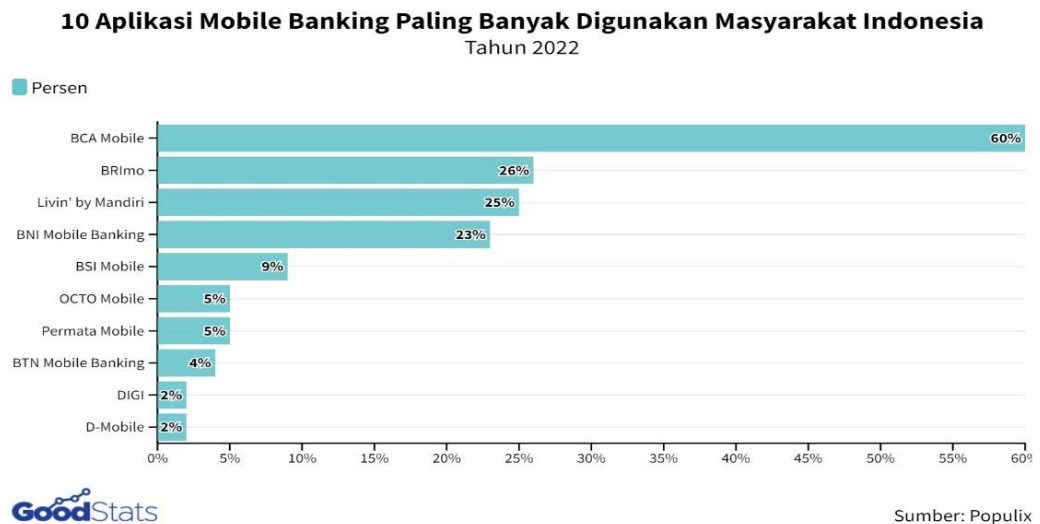
Fitur produk merupakan faktor penting selain kualitas layanan, dalam memberikan kepuasan pada nasabah. Kualitas layanan di dalam industri *e-banking* menjadi penting dikarenakan penyampaian dari layanan melalui interaksi yang diterima oleh manusia dan teknologi, menawarkan layanan yang memiliki kualitas tinggi dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang merupakan suatu keunggulan dari produk bank berbasis digital.⁶ Kenyamanan layanan yang bisa digunakan kapan saja dan dimanapun, serta menghemat waktu dan energi

⁶ Rotchanakitumnuai, S., & Speece, M. (2003). *Barriers to Internet banking adoption: Aqualitative study among corporate customers in Thailand. International Journal of Bank Marketing*

merupakan faktor yang membuat seseorang memakai *mobile banking*.

Berikut grafik aplikasi *mobile banking* yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2022.

Gambar 1.3 Grafik Data Aplikasi *Mobile Banking* Paling Diminati 2022



Sumber: Goodstars, 10 Juli 2022

Berdasarkan Grafik 1.3 diatas yang didapat dari *Goodstats* dan bersumber dari *Populix* menunjukkan beberapa aplikasi *mobile banking* paling banyak diminati masyarakat Indonesia tahun 2022. Bank Syariah Indonesia menduduki peringkat 5 dengan hasil 9%. Melihat data Bank Syariah Indonesia pada 28 Oktober 2022 jumlah pengguna BSI Mobile sudah mencapai 4,44 juta pengguna atau naik 43% secara *YOY (Year On Year)*. Dengan meningkatnya pengguna *BSI Mobile*, BSI menyiapkan berbagai fitur yang terus ditingkatkan agar mendorong masyarakat semakin aktif menggunakan *BSI Mobile*.⁷

Penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan terhadap penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Melihat banyaknya bank yang memiliki *mobile banking* dan BSI masih berada di peringkat lima, menjadi hal yang harus diteliti agar produk *mobile banking* BSI semakin banyak diminati. Bank Syariah Indonesia masih tergolong bank baru, maka masih perlunya penelitian terhadap persepsi nasabah tentang kualitas layanan terhadap fitur produk *mobile banking*. Karena

⁷ <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/kinerja-makin-solid-laba-bsi-di-kuartal-iii-tumbuh-42> diakses pada tanggal 30 oktober 2022 pukul 05.10 WIB

tinggi rendahnya penilaian kualitas layanan dan pelayanan suatu badan usaha atau produk yang diberikan dipengaruhi oleh persepsi pengguna atau nasabah pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi nasabah pada kualitas layanan yang diberikan baik, nasabah akan memberi perspektif positif dan sebaliknya, kualitas layanan yang diberikan buruk maka nasabah akan berperspektif negatif.⁸

Persepsi nasabah diperoleh dari hasil yang didapat setelah memakai layanan yang diberikan, dan membandingkan dengan harapan nasabah. persepsi adalah proses seseorang mengartikan kesan sensorik yang didapat untuk memberi arti pada lingkungan sekitarnya.⁹ Persepsi individu antara satu dengan yang lain akan dipastikan berbeda, karena pengalaman dan gambaran individu atas suatu perlakuan yang didapat sudah pasti berbeda. Karena itu, konsep layanan adalah faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu instansi atau bank. Karena persepsi nasabah pada suatu produk dan layanan dapat menentukan citra dari bank tersebut pada masyarakat. Baik dan buruknya persepsi dari masyarakat dan nasabah didapatkan dari perlakuan seseorang terhadap objek, pengalaman dan informasi yang didapat dari pengamatan yang dilakukan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengumpulkan perspektif nasabah dan mengukur seberapa paham nasabah mengenai *mobile banking* BSI. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia dan juga masyarakat terkait informasi persepsi nasabah terhadap fitur dan layanan *mobile banking* agar dapat mengembangkan layanan *mobile banking* dimasa yang akan datang.

Sebagaimana hasil observasi awal yang telah peneliti lakukan dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Menurut saudari ASP, “Secara menyeluruh BSI *mobile* sangat memberikan banyak kemudahan, karena dengan lengkapnya fitur yang di sediakan dan kualitas layanan yang baik mempermudah nasabah saat melakukan transaksi.”¹⁰ Sedangkan saudara AH berpendapat, “Kualitas layanan yang diberikan BSI *mobile* masih kurang

⁸ Ikfi Akmalia, “Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang”, Dalam Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 01 (Malang: Bank Mandiri, 2012) April 201, hal. 69

⁹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016) hal. 302

¹⁰ Wawancara dengan ASP, mahasiswa Perbankan Syariah, pada tanggal 26 November 2022

karena masih seringnya terjadi masalah ketika bertransaksi, masih ada beberapa fitur yang belum tersedia di BSI *mobile* dan karena adanya biaya administrasi saat melakukan transfer ke lain bank, sedangkan sebelum terjadinya *merger* menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) transaksi administrasi di BRI Syariah gratis.”¹¹

Dalam penelitian Lailatul Iffah, et al. Dalam jurnal yang berjudul “*Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*”, memiliki hasil banyak nasabah yang memiliki persepsi baik dan puas pada kualitas layanan bank. Namun terdapat beberapa nasabah yang memberi penilaian negatif terhadap peralatan teknologi.¹²

Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Iwan Saputra (2021) dengan judul “*Persepsi nasabah pada transaksi mobile banking pada nasabah BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu*”. Hasil penelitian ini adalah pengetahuan nasabah pada layanan *mobile banking* yang memudahkan nasabah dalam berinteraksi, dengan adanya kemudahan bertransaksi nasabah sangat terbantu dengan adanya fitur tersebut.¹³

Menurut Suwanto dan Fajri persepsi merupakan suatu hal yang memiliki kaitan dengan gejala atau pengalaman yang dimiliki oleh seseorang. Semakin banyak kejadian yang pernah seseorang alami dan ilmu pengetahuan pada diri seseorang maka semakin banyak dan kuat persepsi yang orang tersebut miliki. Persepsi juga dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor kebutuhan dan psikologi. Hal ini yang membuat persepsi seseorang tentang suatu hal bisa berbeda-beda.¹⁴

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas dan hasil observasi awal yang di dapat memiliki persepsi yang berbeda mengenai kualitas dan fitur layanan *mobile banking* BSI, Maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN DAN FITUR MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA”**

¹¹ Wawancara dengan AH, mahasiswa Perbankan Syariah, pada tanggal 26 November 2022

¹² Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini. “*Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*” Jurnal Ekonomi Syariah Vol.3 No.1, 2018

¹³ Iwan Saputra, skripsi: “*Persepsi nasabah pada transaksi mobile banking pada nasabah BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu*” (Bengkulu : UIN Fatmawati Sukarno, 2021). hal 50

¹⁴ Suwanto dan Hulman Fajri. “*Persepsi Orang Tua terhadap Proses Bimbingan Belajar Anak di Rumah*” Jurnal SAP Vol.3 No.1, 2018

B Rumusan Masalah

1. Bagaimana Persepsi mahasiswa dan dosen FEBI UIN Walisongo Semarang tentang kualitas layanan yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana persepsi mahasiswa dan dosen FEBI UIN Walisongo Semarang tentang fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?

C Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang tentang Kualitas Layanan yang ada pada *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
- b. Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang tentang Fitur *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan dan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan pada penelitian ini adalah dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan persepsi konsumen pada bidang perbankan syariah terutama tentang kualitas layanan dan fitur *mobile banking*.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait persepsi nasabah dan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi bank syariah dalam meningkatkan kualitas dan fitur pada produk *mobile banking*.

D Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan penelitian skripsi ini menggali informasi dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai bahan

perbandingan dan referensi dalam penelitian ini, baik terhadap kekurangan dan kelebihan yang ada. Oleh karena itu, dalam tinjauan Pustaka ini peneliti memaparkan informasi dari skripsi maupun jurnal penelitian dalam rangka mendapatkan informasi pada penelitian sebelumnya terkait teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

1. Jurnal yang ditulis oleh Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini (2018) "*Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terkait kualitas layanan Bank Syariah Mandiri cabang Malang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan subjek penelitian nasabah tabungan BSM yang menggunakan akad mudharabah muthlaqah Bank Syariah Mandiri cabang Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui kuesioner. penelitian ini memiliki hasil yang baik dengan banyak nasabah yang memiliki persepsi baik dan puas pada kualitas layanan bank. Namun kategori tersebut belum sepenuhnya dapat memenuhi harapan nasabah karena masih adanya kinerja pelayanan yang masih kurang memuaskan bagi nasabah. Adanya persepsi negatif dari nasabah pada penggunaan peralatan teknologi dalam operasional BSM bahwa kurang optimal dan menyebabkan nasabah terlalu lama mengantri karena proses lamanya pelayanan.¹⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, penelitian ini berfokus pada persepsi nasabah terkait kualitas layanan Bank Syariah Mandiri pada cabang Malang dengan metode kuantitatif. Sedangkan peneliti berfokus pada Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Layanan Terhadap Fitur *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia, dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan persamaannya terdapat pada tujuannya yaitu meneliti mengenai persepsi nasabah.

¹⁵ Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini. "*Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*" Jurnal Ekonomi Syariah Vol.3 No.1, 2018

2. Jurnal yang ditulis oleh Febby Fernandez (2019) dengan judul “*Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) program AMOS 21.0. dengan Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah bank di kota Padang yang sudah menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa perilaku dan harapan kinerja memiliki hasil positif pada perilaku penggunaan layanan *mobile banking*. Sehingga semakin tinggi harapan kinerja layanan *mobile banking* maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Namun persepsi resiko berpengaruh negatif dalam menggunakan layanan *mobile banking*.¹⁶

Persamaan penelitian ini terdapat pada tujuannya yaitu meneliti mengenai persepsi nasabah mengenai *mobile banking*. Perbedaannya adalah jurnal ini meneliti mengenai Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan *Mobile Banking* secara lebar dan menggunakan metode analisis SEM. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah berfokus pada Persepsi Nabahan tentang Kualitas Layanan Terhadap Fitur *Mobile Banking* yang ada pada Bank Syariah Indonesia, dan metode penelitian kualitatif.

3. Jurnal yang ditulis oleh Niken Astuti (2017) “*Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking pada PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Sam Rattulangi Makassar*”. menunjukkan hasil bahwa penerapan sistem layanan *e-banking* yang dilakukan oleh Bank Mandiri dinilai baik oleh mayoritas nasabah. Sebanyak 72 nasabah setuju Bank Mandiri memproses transaksi dengan tepat serta baik dan 58 nasabah setuju dengan pernyataan *E-banking* Bank Mandiri dapat digunakan kapanpun, menghemat waktu dan tenaga dalam penggunaannya.¹⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti

¹⁶ Febby Fernandez “*Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking*” dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia: Vol. 5 No.2 Desember 2019. hal 165 - 180

¹⁷ Niken Astuti “*Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking pada PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Sam Rattulangi Makassar*” Jurnal Ilmiah Vol.2 No.1 Jan-Mar, 2017.

lakukan adalah, penelitian ini hanya berfokus pada persepsi nasabah mengenai penerapan sistem layanan produk dan jasa *e-banking* PT. Bank Mandiri dengan mengolah data menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus persepsi nasabah tentang Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dan menggunakan metode kualitatif.

4. Jurnal yang ditulis oleh Syaiful Bakhri (2021) "*Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Elearning UIN Walisongo (Studi Kasus Matakuliah Manajemen System Informasi)*". Studi kasus penelitian ini pada mata kuliah manajemen sistem informasi jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) UIN Walisongo Semarang. Metode yang digunakan adalah observasi di lapangan secara langsung dan wawancara. Jurnal ini memiliki hasil dari wawancara bahwa kualitas sistem *elearning* UIN Walisongo, memudahkan mahasiswa dalam proses pembelajaran. Dengan kualitas layanan memiliki fitur-fitur pendukung pembelajaran yang lengkap. Beberapa kendala penggunaannya yaitu akses terkadang lambat, ketika mengirim tugas pada *elearning* kapasitasnya di perbesar, menu yang ada serta sesi kehadiran lebih ditingkatkan lagi dan lainnya. Penelitian ini memberikan gambaran persepsi mahasiswa terhadap *elearning* UIN Walisongo yang memiliki harapan perbaikan dimasa yang akan datang.¹⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah, sama-sama meneliti persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada fokus pembahasan yang akan di teliti, penelitian yang akan dilakukan meneliti mengenai Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Sedangkan dalam jurnal ini meneliti mengenai persepsi mahasiswa terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan *elearning* UIN Walisongo.

¹⁸ Syaiful Bakhri "*Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Elearning UIN Walisongo (Studi Kasus Matakuliah Manajemen System Informasi)*". *Walisongo Journal Of Information Technology* Vol.3 No.1 2021. hal.54-56

5. Jurnal yang ditulis oleh Nanda Nurisya Merliani & Retno Waluyo (2022) “*Analisis Pengembangan Fitur Aplikasi Mobile Banking pada Bank XYZ*” memiliki hasil yang dilakukan dengan analisis SWOT menghasilkan rekomendasi pengembangan fitur *mobile banking* Bank XYZ yaitu pada fitur promo yang dilengkapi beberapa kategori promo, autentikasi dan fitur *budget* untuk mengatur keuangan nasabah dalam mengatur *budget* pengeluaran.¹⁹

Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada fokus penelitian. Jurnal ini meneliti mengenai Analisis Pengembangan Fitur Aplikasi Mobile Banking pada Bank XYZ. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti mengenai persepsi nasabah tentang Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Yang menghasilkan persepsi nasabah mengenai fitur dan rekomendasai pengembangan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Meri Anggraini (2021) “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Indonesia*”. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian yang dilakukan terdapat hasil bahwa persepsi yang didapat berbeda-beda dari masing-masing informan. Dengan mayoritas berpendapat bahwa BSI merupakan gabungan antara tiga bank, lalu BSI merupakan bank syariah yang beroperasi menggunakan prinsip syariah. Ada yang berpendapat bahwa BSI pun belum sepenuhnya menjalankan konsep berdasarkan prinsip syari’ah dan ada pun yang memiliki persepsi belum memahami apa itu BSI.²⁰

Dibandingkan dengan penelitian ini, persamaannya terletak pada topik yang dibahas yakni mengenai persepsi mahasiswa. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni

¹⁹ Nanda Nurisya Merliani & Retno “ Analisis Pengembangan Fitur Aplikasi Mobile Banking pada Bank XYZ” Jurnal Rekayasa Informasi Vol.11 No.2 Oktober, 2022

²⁰ Meri Anggraini, skripsi: “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Indonesia*”: Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021

terletak pada fokusnya dimana peneliti berfokus pada perspsi nasabah mengenai Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sedangkan penelitian ini meneliti mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Indonesia. selain itu perbedaannya juga terletak pada lokasi penelitian.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Iwan Saputra (2021) "*Persepsi Nasabah pada Transaksi Mobile Banking pada Nasabah BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu*". Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (Field Research) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. data dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan sekunder berupa Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pengetahuan nasabah pada layanan *mobile banking* yang memudahkan nasabah dalam berinteraksi, dengan adanya kemudahan bertransaksi nasabah sangat terbantu dengan adanya fitur tersebut.²¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada topik yang dibahas yakni mengenai persepsi nasabah. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni pada fokusnya, penelitian yang akan dilakukan berfokus pada perspsi nasabah tentang Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Sedangkan penelitian ini meneliti mengenai Persepsi Nasabah pada Transaksi *Mobile Banking* pada Nasabah BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu. Perbedaannya juga pada studi kasus dimana peneliti menggunakan Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Novita Ratih (2019) "*Persepsi Konsumen Tentang Layanan E-Banking pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*". Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara

²¹ Iwan Saputra, skripsi: "*Persepsi Nasabah pada Transaksi Mobile Banking pada Nasabah BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu*" Bengkulu:IAIN Bengkulu, 2021

dengan teknik *snowball* sampling dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan beberapa dosen dan karyawan FEBI IAIN METRO. Penelitian ini memiliki hasil yang di dapat dari persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro terkait layanan *e-banking* BSM dengan respon yang positif. Dari 8 dosen yang diwawancarai memiliki hasil 7 dosen bersepsi positif dengan adanya layanan *e-banking* BSM. Layanan *e-banking* memudahkan dalam melakukan kegiatan perbankan mulai dari transfer dana, informasi saldo, informasi rekening pembayaran serta pembelian. Kemudian hanya 1 dosen yang memiliki persepsi negatif, memiliki persepsi mengenai biaya administrasi transfer antar bank yang cukup tinggi dan mesin ATM yang masih sangat terbatas. Persepsi yang di dapat memiliki faktor dari *internal* dan *eksrernal*, yang terdiri dari sikap, minat serta pengalaman yang masing-masing dosen atau karyawan yang diwawancarai miliki.²²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada topik yang dibahas yakni mengenai persepsi nasabah mengenai layanan dan menggunakan narasumber mahasiswa dan dosen. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu fokus penelitian, peneliti berfokus pada perspsi nasabah tentang Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sedangkan penelitian ini meneliti mengenai Persepsi Konsumen Tentang Layanan *E-Banking* pada Bank Syariah Mandiri (BSM) dan perbedaannya juga terletak pada lokasi penelitian dan Teknik pengambilan datanya.

9. Penelitian Evita Sari Nasution (2021) "*Persepsi Mahasiswa Tentang Risiko Penerapan Aplikasi Mobile Banking Di Bank Syariah*". Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data yang dilakukan adalah teknik *Miles dan Huberman*. Hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi mahasiswa terhadap risiko penerapan Aplikasi

²² Noviana Ratih, skripsi "*Persepsi Konsumen Tentang Layanan E-Banking pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*". Metro: IAIN Metro, 2019

mobile banking di bank syariah yaitu baik dan berbau positif. Dikarenakan menurut mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan adanya Aplikasi *Mobile banking* ini diantaranya memudahkan membeli token listrik, memudahkan membeli kuota internet ke semua operator serta dapat melakukan penarikan tunai tanpa ATM, memudahkan mentranfer uang, memudahkan pembayaran SPP, dapat menghemat tenaga dan waktu.²³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada topik yang dibahas yakni mengenai persepsi Mahasiswa. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni terletak pada fokusnya dimana peneliti berfokus pada persepsi nasabah mengenai Kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sedangkan penelitian ini berfokus pada mengenai Persepsi mahasiswa tentang resiko penerapan aplikasi *mobile banking* di Bank Syariah.

E Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah ilmiah untuk memperoleh data dengan memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Langkah-langkah ilmiah yang harus diarahkan oleh ilmu pengetahuan untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian *deskriptif* kualitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna dan menggambarkan keadaan nilai satu variabel atau secara mandiri.²⁴

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) dijelaskan lebih mendalam pada penelitian kualitatif. Landasan teori sebagai panduan untuk berfokus pada penelitian berdasarkan fakta lapangan yang mendasar, berfokus pada pemahaman fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Peneliti menggunakan perspektif dari partisipan atau nasabah sebagai

²³ Evita Sari Nasution “*Persepsi Mahasiswa Tentang Risiko Penerapan Aplikasi Mobile Banking Di Bank Syariah*”. Padang Sidimpunan:IAIN Padang Sidimpunan, 2021

²⁴ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2009, hal. 26.

gambaran dalam memperoleh hasil penelitian yang diteliti.²⁵ Menurut Creswell dalam buku milik Rpsady Ruslan, menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi padasituasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Selanjutnya untuk teknik penelitian kualitatif yakni penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.²⁶

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam metode ini penelitian dilakukan ke tempat atau ke lokasi yang akan di teliti.²⁷ Metode *field research* (penelitian lapangan) pelaksanaan pencarian data dilakukan observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait (nasabah) dimana dilakukan secara sistematis. Dalam penelitian ini, rancangan penelitian kualitatif dilakukan untuk memberikan gambaran yang holistik tentang perspektif nasabah tentang kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* bank syariah Indonesia.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat data yang diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, penemuan ataupun dokumen-dokumen. Menurut Moleong, pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu

²⁵ <https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kualitatif/diakses> pada tanggal 15 november 2022 pukul 23.10 WIB

²⁶ Rosady Ruslan, 2003, “*Metode Penelitian Public Dan Komunikasi*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal.2 3

²⁷ Andi Prastowo, “*Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*” (Yogyakarta:Ar-Ruzz Media,2014), hal. 183

informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini sebagai berikut²⁸.

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara²⁹. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Data ini dapat berupa kegiatan observasi dan wawancara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara kepada mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang di kumpulkan dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder sebuah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan pengelolanya, tetapi datanya dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian. Seperti data-data BSI, BI, Data-data pengguna Mobile banking, Jurnal-jurnal.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang di butuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik : pengamatan (*observation*), wawancara (*interview*), angket (*questionnaire*), *Focus Group Discussion* (FGD) dan studi dokumentasi.

²⁸ Moleong, Lexy J.2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.

²⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2009, hal,hal. 465.

a. Observasi

Menurut S.Margono Observasi merupakan pengamatan atau pencacatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang terlihat pada objek peneliti. Pengamat dan pencatatan dapat dilakukan terhadap objek yang diteliti. Metode observasi merupakan metode sebagai alat pengumpul data.³⁰ Dalam pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu *participation observation*, dimana peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data, agar data yang diperoleh lebih jelas lengkap dan lebih kelihatan. Sedangkan metode observasi *non participant* dimana posisi peneliti hanya sebagai pengamat yang hanya meringkas semuanya dalam sebuah catatan. Observasi pada penelitian ini, mengobservasi persepsi nasabah tentang kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

b. Wawancara

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik wawancara. Wawancara adalah pengumpulan sebuah data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada responden. Wawancara juga dapat didefinisikan sebagai alat yang baik untuk meneliti pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, dan proyeksi seseorang terhadap masa depannya³¹.

Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang di peroleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan tanya jawab dengan bertatap muka antara

³⁰ Nurul Zuriyah, “Metode penelitian Sosial dan Pendidikan”, Cet-1,(Jakarta:PT bumi Aksara,2006), hlm173

³¹ Hendri Tanjung dan Abrista Devi. “Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam. Bekasi: Gramata Publishing. 2018. hlm 82.

pewawancara dengan informan atau orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif.³² Wawancara yang berisi pertanyaan tertulis atau pertanyaan langsung yang sifatnya terbuka atau tertutup kepada responden untuk dijawab. Wawancara dalam penelitian ini mengajukan pertanyaan secara langsung atau lisan kepada informan atau nasabah yaitu mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bentuk dokumentasi. Metode dokumentasi memiliki kelebihan yaitu terdapat kemurnian dari data yang diperoleh karena tidak melihat tingkah laku juga memiliki tingkat kualitas yang tertinggi karena disusun oleh para tenaga ahli. Sifat utama data ini tidak terbatas sehingga memberi peluang bagi peneliti untuk mengerahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Dalam hal ini penulis memperoleh data dokumentasi melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi sebuah metode yang digunakan untuk menelusuri data Historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, laporan, CD dan hardisk/film.³³ Dokumentasi ini nantinya juga akan sangat berguna dalam membuat laporan metode. Laporan metode ini berisi proses-proses apa saja yang kita lakukan, baik dalam proses persiapan, pelaksanaan, maupun analisis data.³⁴ Kegiatan dokumentasi digunakan saat sesi pengumpulan data atau wawancara kepada nasabah *BSI Mobile*.

³² Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Reineka), 2002, hal.195

³³ Joko Subagyo, “*Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*” (Bandung: RinekaCipta), 2011, hal.63

³⁴ Johan Arifin, “*Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.*” Vol.6 No.2. Oktober 2015. hal.105

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil analisis data berupa kata-kata atau kalimat yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Data yang dianalisis yaitu persepsi nasabah tentang kualitas layanan terhadap fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Penelitian kualitatif adalah prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data perspektif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang dapat diamati. Dari penjelasan tersebut maka dapat diartikan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan rangkaian kegiatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya sesuai dengan kenyataan pada kondisi tertentu dan hasilnya lebih menekankan makna dibanding penalaran.³⁵ Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi sesuatu yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana menurut pendapat Lexy J. Moelong, sebagai berikut:

- a) Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data dengan topik-topik pembahasan.
- b) Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang serta mengesampingkan data yang kurang relevan.
- c) Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.

³⁵ Maloeng, Lexy J. “*Metodelogi Penelitian Kualitatif*”, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2002, hlm 248

- d) Kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan atau jawaban ke dalam susunan yang jelas secara singkat dan padat³⁶

Berdasarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, kalimat, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya. Dalam hal ini, peneliti menerapkan informasi kenyataan yang diperoleh dari berbagai sumber informan, baik dari responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maupun dari Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peneliti fokus dalam menganalisa mengenai persepsi nasabah tentang fitur-fitur dan kualitas layanan pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

F Sistematika Penulisan

Sistematika kepenulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi ke dalam lima bab, yang dalam setiap babnya terdapat beberapa sub bab pembahasan, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, metode penelitian dan sistematika kepenulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori meliputi teori-teori yang akan penulis gunakan dalam melakukan penelitian. Landasan teori dalam

³⁶ Lexy J. Maleong, 1993, *Metode Penelitian Sosial* (PT Gajah Mada Universiti Pers) h.53

bab ini memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan serta dilanjutkan dengan hasil yang relevan.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan terkait gambaran umum Bank Syariah Indonesia dan juga menjelaskan terkait gambaran umum Bank Syariah Indonesia dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Mendeskripsikan persepsi nasabah tentang fitur-fitur dan kualitas layanan pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

BAB V : PENUTUP

Berisi penutup, yang menjelaskan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

Pemahaman tentang persepsi nasabah mengenai produk serta proses yang berkaitan dengan persepsi nasabah sangat penting untuk diketahui oleh bank dalam upaya membangun persepsi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh bank, baik berupa produk maupun layanan. Terbentuknya persepsi nasabah yang baik atau positif akan memberikan pemahaman serta kesan yang bagus atau baik bagi bank, dikarenakan hal tersebut penting untuk membangun bisnis dalam jangka yang Panjang di era persaingan bisnis bank yang semakin kompetitif. Dengan adanya persepsi yang positif maka konsumen akan tertarik dan berminat untuk menggunakan dan memakai produk yang dihasilkan oleh bank atau perusahaan tersebut. Hal yang harus diperhatikan ialah persepsi yang didapat dari setiap nasabah atau konsumen akan memiliki persepsi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.³⁷ Karena persepsi juga masuk dalam Pengungkapan sukarela yang artinya penyampaian informasi secara lebih luas diluar pengungkapan wajib.³⁸

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek di dalam psikologis yang penting untuk manusia dalam memberikan respon kehadiran atau adanya berbagai aspek dan gejala yang ada disekitarnya. Persepsi sendiri memiliki pengertian yang luas, menyangkut *intern* dan *ekstern*. Persepsi yaitu peristiwa mengenali, Menyusun serta menafsirkan informasi sensoris untuk memberikan gambaran dan pemahaman terkait lingkungan. Persepsi sendiri tidak hanya menerima secara pasif, tetapi terbentuk dari komunikasi, ingatan, pelajaran yang didapat, keinginan serta perhatian yang terjadi secara langsung dalam masalah sosial dan berbudaya.³⁹

³⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 147

³⁸ Dessy Noor Farida, "Analisis Kebutuhan Atas Penerapan *Internet Corporate Reporting (ICR)* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia." jurnal ilmiah ekonomi islam,4(03), 2018.

³⁹ Alizamar dan Nasbahry Couto, *Psikologi Persepsi & Desain Informasi* (Yogyakarta: Media Akademi ,2016) hal.14-15(Couto, 2016)

Menurut Kotler dan Keller persepsi merupakan proses yang bisa membuat kita untuk memilih, menerjemahkan, memasukkan serta mengatur masukan informasi yang didapat guna memberikan gambaran atau tanggapan terkait dunia yang berarti. Kesimpulannya ialah persepsi tidak bergantung dengan rangsangan fisik yang didapat, namun berhubungan dengan lingkungan atau hubungan yang mengelilinginya serta kondisi setiap diri manusia. Persepsi merupakan Tindakan mengenali, Menyusun, penerjemahan untuk memberikan gambaran tentang lingkungan yang mengelilinginya.⁴⁰

Menurut Alex Sobur dalam buku milik Sudaryono menyatakan persepsi memiliki arti dalam arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit persepsi merupakan penglihatan bagaimana seseorang dalam melihat sesuatu. Dalam arti luas memiliki arti bahwa persepsi merupakan pandangan bagaimana seseorang mengartikan atau menanggapi sesuatu.⁴¹

Persepsi merupakan kegiatan yang *intergrated* (terintegrasi) di diri seseorang, menjelaskan kemampuan berfikir, pengalaman individu yang tidak sama antara satu dengan yang lain, maka persepsi merupakan sesuatu yang stimulus, dengan hasil persepsi yang mungkin berbeda antara seseorang dengan yang lainnya, karena persepsi memiliki sifat yang pribadi.⁴²

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan persepsi adalah suatu proses penerimaan, penafsiran akan suatu hal yang di terima seseorang di dalam akalnya melalui alat indera yang kemudian di proses oleh otak dan memberikan suatu tanggapan pada objek dan dijelaskan sesuai dengan kemampuan seseorang tersebut untuk menyimpulkan sebagai reaksi terhadap objek tersebut. Dengan demikian persepsi antar seseorang dengan yang lain dapat berbeda tergantung dengan tingkat emosi dan sugesti diluar

⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta:Erlangga, 2008), hlm.17

⁴¹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset,2016) h. 301

⁴² Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm.89

ke dalam otak seseorang. Persepsi yang positif atau negatif tergantung pada sugesti yang diterima oleh otak seseorang. Persepsi pun bisa dibidang sebagai Pengungkapan sukarela yakni penyampaian informasi secara lebih luas diluar pengungkapan wajib.

2. Faktor Pengaruh Persepsi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, dan dapat membuat persepsi antara satu dengan yang lainnya berbeda yaitu sebagai berikut:

1. Faktor *internal* diantaranya ialah perasaan, kepribadian dan sikap seseorang, harapan, prasangka, perhatian, proses belajar, kejiwaan, nilai dan kebutuhan yang diinginkan serta motivasi dan minat seseorang.
2. Faktor *eksternal* diantaranya ialah lingkungan keluarga, pengetahuan dan kebutuhan yang didapat, informasi yang beredar di sekitar, hal-hal baru yang terjadi atau ketidak asingan akan suatu objek.

Faktor ini lah yang menjadikan persepsi seseorang berbeda-beda dengan yang lain dalam menjelaskam suatu hal atau objek atau kejadian meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau suatu kelompok dapat berbeda jauh ataupun sama dengan persepsi seseorang atau kelompok lainnya sekalipun di situasi yang sama.⁴³ Gifford dalam Ariyanti, juga menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut:

1. *Personal Effect*

Dalam hal ini disebutkan bahwa karakteristik dari individu akan dihubungkan dengan perbedaan persepsi terhadap lingkungan. hal tersebut sudah jelas akan melibatkan beberapa faktor antara lain kemampuan perseptual dan pengalaman atau pengenalan terhadap kondisi lingkungan. Proses pengalaman serta pengenalan individu terhadap kondisi lingkungan lain yang dihadapi, pada umumnya mempunyai orientasi pada kondisi lingkungan lain yang telah

⁴³ Miftah Toha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2016), hlm 154.

dikenal sebelumnya dan secara otomatis akan menghasilkan proses perbandingan yang menjadi dasar persepsi yang dihasilkan

2. *Cultural Effect*

Gifford menyatakan bahwa kebudayaan yang dimaksud ialah berhubungan dengan tempat tinggal seseorang. Budaya yang dibawa dari tempat lahir dan tempat tinggal individu akan membentuk seseorang berbeda dalam melihat dan memperlakukan dunia.

3. *Physical Effect*

Kondisi suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi individu yang melihat dan sudah mengamatinya serta mengenal dan berada pada lingkungan tersebut. Lingkungan yang sudah membentuk karakter dengan ciri sendiri maka akan menciptakan identitas bagi lingkungannya. Misalkan pada ruang belajar kelas yang akan dikenal bila terdapat meja yang sudah diatur secara rapih di dalam ruangan tersebut, dan terdapat beberapa atribut kelas lainnya.⁴⁴

Langkah penting dari persepsi yaitu bentuk atas informasi yang diperoleh dari indera kita atau yang lainnya. Namun kita tidak hanya bisa membentuk setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan nya dari informasi yang diperoleh dan dipercayai mewakili objek tersebut.

3. Proses Terjadinya Persepsi

Proses pembentukan atau terjadinya persepsi menurut Setiadi terdiri dari beberapa jumlah tahapan, yaitu sebagai berikut:⁴⁵

1. Seleksi Persepsi

Seleksi persepsi akan terjadi ketika seseorang menangkap informasi yang di peroleh oleh seseorang. Sebelum itu, stimulus atau respon harus

⁴⁴ Elisa Ariyanti, Tesis, “*pengembangan pemanfaatan polder kota lama semarang sebagai ruang public yang rekreatif berdasarkan persepsi masyarakat dan pemerintah*”, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas diponogoro, 2005.

⁴⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung:Alfabeta, 2017), h. 151 - 152

mendapatkan perhatian dan fokus dari orang tersebut. Tidak semua stimulus atau respon dijelaskan dan dipaparkan serta diterima oleh seseorang karena seseorang memiliki batas sumber pikiran dalam mengelola atau mengolah semua informasi yang dimilikinya. Karena hal tersebut, seseorang melakukan seleksi pada setiap informasi dan stimulus yang di dapatnya. Hal inilah yang di namakan seleksi persepsi.

2. Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi yaitu seseorang mengelompokkan informasi yang didapat dari beberapa sumber ke dalam pengertian yang secara menyeluruh atau luas untuk memahami mana yang lebih baik dan bertindak atas pemahaman informasi yang di dapat. Pengorganisasian ini akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberi pengertian serta evaluasi pada stimulus.

3. Interpretasi Persepsi

Tahapan terakhir dari persepsi ialah memberikan interpretasi atau penggambaran atas stimulus yang diterima oleh seseorang baik yang disadari atau tidak. Penggambaran atau interpretasi tersebut dilatarbelakangi pada pengalaman penggunaan suatu produk masalah dan pengalaman yang didapat serta tersimpan dalam memori. Persepsi seseorang bisa berupa persepsi produk, pelayanan, harga, kualitas, fitur ataupun terhadap produsen atau pembuatnya.

Berdasarkan penjelasan proses terjadinya persepsi di atas, dapat dipahami tahapan proses persepsi dimulai dengan adanya hubungan stimulus yang mengenai panca indera dan terjadinya proses seleksi ketika seseorang mendapatkan dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki seseorang. Setelahnya, tahap pengelompokan informasi yang diterima dan menginterpretasikan atau menggambarkan berdasar dengan pengalaman masalah yang masih di simpan di memori atau stimulus yang pernah di terima.

4. Macam-macam Persepsi

Ada dua bentuk persepsi yang dapat diberikan oleh seseorang, yaitu

yang bersifat positif dan yang bersifat negatif menurut Slameto⁴⁶:

1. Persepsi positif, pandangan terhadap suatu objek dan menunjuk pada suatu keadaan dimana subjek mempersepsikan cenderung menerima objeknya yang di tangkap sesuai dengan pribadinya. Atau penilaian positif seseorang terhadap objek dan informasi sesuai dengan pandangan yang positif sesuai dengan yang diharapkan oleh orang tersebut.
2. Persepsi negatif ialah pandangan terhadap objek dan menunjuk pada keadaan dimana subjek mempersepsi dengan cenderung menolak objek yang diterima karena tidak sesuai dengan kepribadiannya. Atau penilaian yang muncul dikarenakan adanya ketidak puasan seseorang terhadap objek yang menjadi sumber persepsi tersebut.

B. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan perbandingan kenyataan yang diinginkan atau diharapkan nasabah dengan apa yang didapatkan atau diterima /nasabah. Hal ini kebenaran dan kenyataan yang didapat melebihi dari apa anggapan nasabah, layanan yang memiliki kualitas dapat diterima oleh nasabah dan keinginan nasabah akan terpenuhi serta sebaliknya, jika kenyataan yang didapat oleh pelanggan atau nasabah tidak sesuai dengan yang diharapkan mereka maka layanan tersebut berkualitas rendah.⁴⁷

Kualitas merupakan seluruh fitur serta ciri produk/jasa yang sama dengan kesanggupan untuk membuat keputusan puas yang dinyatakan. Sifat bantuan merupakan konsekuensi dari siklus penilaian di mana nasabah atau konsumen melihat dan merasakan kebenaran yang didapat dengan yang diantisipasi oleh nasabah atau konsumen. Kualitas

⁴⁶ Asra Yurita, et al. *“Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengraian”*, Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Vol. 4, No. 1, (Riau, Fakultas Ekonomi Universitas Pangraian, 2016), h. 4

⁴⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 213

suatu layanan adalah konsekuensi dari siklus penilaian dimana pelanggan melihat kebenaran yang didapat dengan yang diinginkan oleh pelanggan.⁴⁸

Kualitas layanan berpacu dengan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan pada konsumen atau nasabah dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang dimiliki konsumen atau nasabah. Pelayanan merupakan kinerja yang dilakukan seseorang yang dapat dinilai serta dirasakan secara nyata dan langsung oleh nasabah dan pelanggan, pelayanan pun memiliki tujuan dalam memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi konsumen dan nasabah yang memakai produk atau jasa.⁴⁹

Secara operasional, kualitas ditentukan oleh dua faktor, yaitu terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan pelanggan. Mutu yang pertama disebut *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan yang kedua disebut *quality in perception* (mutu persepsi). Dalam *quality in fact*, para produsen menunjukkan bahwa mutu memiliki sebuah sistem, yang biasa disebut sistem jaminan kualitas (*quality assurance system*), yang memungkinkan roda produksi menghasilkan produk-produk yang secara konsisten sesuai dengan standard atau spesifikasi tertentu. Dengan demikian sebuah produk dikatakan bermutu selama produk tersebut secara konsisten sesuai dengan tuntutan pembuatnya.

Adapun dalam *quality in perception*, mutu didefinisikan sebagai sesuatu yang memuaskan atau melebihi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini yang menentukan atau menilai sebuah produk atau jasa bermutu ataupun tidak adalah para pelanggan. Dengan demikian kualitas persepsi diukur dari kepuasan pelanggan serta meningkatnya minat pelanggan terhadap produk atau jasa.⁵⁰

⁴⁸ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 11–12.

⁴⁹ Wulandari, R., & Rusmahafi, Aulawi, F, *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Nas Media Pustaka (2020).

⁵⁰ Johan Arifin, “Penguatan Manajemen Syariah Melalui Total Quality Management

Dalam islam diajarkan jika ingin memberi hasil dan usaha yang baik maka harus memberikan pelayanan yang berkualitas baik, dan tidak boleh memberi pelayanan yang tidak berkualitas atau buruk untuk orang lain. Dalam QS. Al-Baqarah [2] :267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ طُورًا وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ

Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”⁵¹

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa memberikan pelayanan harus yang berkualitas dikarenakan pelayanan tidak hanya mengantarkan atau memberikan dan melayani, namun pelayanan juga memiliki arti dalam memahami dalam memberi, mengerti dalam mengasahi dan merasakan sehingga pemberian atau dalam melayaninya akan mudah dimengerti serta di terima oleh nasabah.

2. Karakteristik Kualitas Layanan

Kualitas Layanan memiliki karakteristik ataupun cirinya yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan yang memiliki sifat tidak dapat disentuh/diraba, pelayanan mempunyai sifat yang sangat berlawanan dengan barang siap pakai atau jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya tersusun dari perbuatan yang sesungguhnya dan merupakan pengaruh yang memiliki sifat

Bagi Pelaku Lembaga Keuangan Syariah di Kota Semarang” jurnal at-Taqqadum, Vol.8 No.2 (2017). 186

⁵¹ <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html> di akses pada 25 Desember 2022, pukul 20.39 WIB

perbuatan sosial.

3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan, karena umumnya terjadi pada waktu serta tempat bersamaan.

Kualitas ini diakui sebagai alasan dalam menawarkan dukungan yang baik bagi pelanggan. Layanan adalah kegiatan usaha yang mempertinggi kepuasan pelanggan.⁵²

3. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Suryani suatu kualitas layanan dalam *E-Banking* setidaknya terdapat 6 indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Efisiensi (*efficiency*), merupakan kemampuan yang dimiliki suatu bank untuk menciptakan aplikasi serta situs yang dapat digunakan oleh nasabah secara sederhana dan mudah dalam menggunakannya.
2. Pemenuhan janji (*fulfillment*), ialah kemampuan yang dimiliki bank dalam memberikan atau mengirimkan informasi serta pemenuhan pesan-pesan janji kepada nasabah.
3. Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*) ialah kapabilitas yang dimiliki bank dalam membangun peran sistem di dalam aplikasi dan situs bank
4. Privasi (*privacy*) merupakan kemampuan bank untuk memberikan keamanan dalam data nasabah sehingga akan menumbuhkan kepercayaan nasabah dan menumbuhkan rasa terlindungi, minim resiko serta keyakinan nasabah.
5. Jaminan kepercayaan (*assurance trust*) secara spesifik kemampuan bank ketika melayani nasabah.
6. Tampilan situs (*site aesthetic*) merupakan kapabilitas yang bank berikan pada mengelola dan menciptakan situs serta aplikasi yang memiliki tampilan atau manifestasi yang menarik nasabah untuk membuka situs dan aplikasi tersebut.⁵³

⁵² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal.75

⁵³ Suryani, T. (2017). *Manajemen Strategi Bank di Era Global: Menciptakan Nilai*

Kualitas layanan memberikan suatu dorongan bagi nasabah dalam menjalin suatu hubungan ikatan yang kuat dengan perusahaan atau bank dalam memahami dengan mendalam harapan yang diinginkan oleh nasabah. Di era sekarang diharapkan perusahaan ataupun bank mampu memberikan pelayanan baik yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah.

C. Fitur-Fitur

1. Pengertian Fitur-Fitur

Fitur adalah salah satu dimensi produk berkaitan dengan karakteristik pelengkap. Selain memiliki fungsi utama, suatu produk juga dilengkapi fungsi lain yang bersifat melengkapi. Misalkan telepon seluler dengan fungsi yang utamanya adalah sebagai alat untuk berkomunikasi namun dilengkapi dengan berbagai fitur lain seperti kamera, peta bahkan permainan.⁵⁴

Suatu produk bisa ditawarkan dalam berbagai model yang mendasar, tanpa fitur tambahan dan model dengan berbagai fitur. Dengan menambahkan banyak fitur didalamnya, perusahaan bisa mencapai tingkat permodelan yang lebih unggul atau tinggi. Fitur merupakan sarana yang kompetitif dalam membedakan produk perusahaan dari persaingan perusahaan yang lain.⁵⁵

Fitur layanan merupakan kelengkapan jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan. Fitur yang ada pada layanan *mobile banking*, ialah layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan lokasi cabang/ATM terdekat) dan layanan transaksi, transfer, pembayaran tagihan (air, listrik, pajak, asuransi, kartu kredit), pembelian (pulsa, tiket) dan berbagai fitur yang sudah banyak di era sekarang seperti *topup* untuk dompet digital.⁵⁶

Unggul untuk Kepuasan Nasabah". Pranada media.

⁵⁴ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University, 2016). hal.23

⁵⁵ Firmansah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk* (Planning & Strategi). Penerbit Qiara Media.

⁵⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic*, 2015. Hal. 14

2. Indikator Fitur

Poon ⁵⁷ berpendapat, bahwa ada beberapa indikator yang dimiliki oleh fitur (*feature availability*) yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan akses informasi produk atau jasa yang mudah, dimana fitur layanan harus mampu menghadirkan kemudahan terhadap konsumen guna keperluan mengakses informasi
2. Keberagaman layanan transaksi, memiliki keberagaman untuk proses transaksi nasabah
3. Keberagaman fitur, bank harus mampu memberikan layanan fitur dalam memudahkan serta memberi informasi pada nasabah
4. Inovasi produk, dimana dengan adanya fitur-fitur tambahan dapat memberikan minat nasabah menggunakan system *mobile banking*.

D. Mobile Banking

1. Pengertian Mobile Banking

Dalam buku bijak dari OJK, *mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel. Dimana layanan ini dapat digunakan dengan menggunakan menu yang tersedia di SIM Card, USSD atau melalui aplikasi yang dapat di unduh nasabah. *Mobile banking* lebih memberikan kemudahan disbanding dengan layanan *SMS banking*⁵⁸. *Mobile banking* merupakan fasilitas layanan dalam memberikan kemudahan dalam mengakses maupun kecepatan dalam mendapatkan informs terbaru secara cepat dan transaksi dalam keuangan secara cepat. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS (*General Packet Radio Service*). Dengan adanya ponsel dan layanan *mobile banking* transaksi perbankan bisa dilakukan secara cepat tanpa harus mendatangi bank. Layanan *mobile banking* memberi akses kemudahan pada nasabah dalam

⁵⁷ Poon, Wai-Ching " *Users' Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective.*" *Journal of Business* Vol. 23, No.1, 2008.

⁵⁸ Otoritas Jasa Keuangan. *Bijak Ber-Electronic* (Jakarta, Mei 2015)

melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembayaran layanan, tagihan dan transaksi lainnya.⁵⁹

2. *Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI Mobile)*

Mobile Banking Bank Syariah Indonesia merupakan aplikasi baru yang sama sejenis dengan *Mobile Banking* lainnya. Namun, pada Bank Syariah Indonesia disebut sebagai *BSI Mobile*. *BSI Mobile* merupakan layanan bank syariah dengan menggunakan digital. *BSI Mobile* adalah sebuah fasilitas *mobile banking* yang disediakan Bank Syariah Indonesia bagi nasabahnya untuk memiliki akses dalam melakukan transaksi *online*.⁶⁰ *BSI Mobile* bisa diakses kapan saja dan dimana saja, tidak perlu menunggu antrian atau meluangkan waktu untuk dalam bertransaksi. *Mobile banking* mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *BSI Mobile* nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk melakukan transaksi. Beberapa fitur *BSI Mobile* antara lain sebagai berikut:

1. Info rekening
2. Transfer Uang
3. Bayar kebutuhan sehari seperti UKT, BPJS, PLN, pulsa dan masih banyak lainnya.
4. Bayar Top UP contohnya E-Money, LinkAja, Go-pay, Ovo, ShopeePay dan lainnya.
5. Layanan Islami seperti Kalkulator Qurban, Juz Amma, Asmaul Husna dan lain-lain.
6. Buka Rekening.
7. *E-commerce* dan masih banyak lainnya.

⁵⁹ Tri Nurbaiti, “Dampak Layanan Jasa Mobile Banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muammalat KCPZA Pagar Alam),” hal.14

⁶⁰ <https://lifepal.co.id/media/bsi-mobile/> diakses pada senin tgl 20 Desember 2022 pukul 00:26 WIB

a. Cara Registrasi dan Aktivasi *BSI Mobile*

Cara-cara registrasi dan aktivasi *BSI Mobile* sebagai berikut:

Dalam registrasi atau aktivasi *BSI Mobile* bisa dilakukan dengan dua cara yaitu *Offline* dan *online*.

- Cara Offline
 1. Nasabah mengunjungi Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia.
 2. Nasabah mendapatkan nomor antrean *Customer Service* di Bank Syariah.
 3. Setelah antrian dipanggil, beritahu kepada CS tujuan untuk mendaftar atau mengaktifkan *BSI Mobile*.
 4. CS akan memberikan kode aktivasi melalui proses registrasi dan pelanggan akan menerima SMS.
 5. Nasabah mengunduh aplikasi *BSI Mobile* di perangkat ponsel.
 6. Buka aplikasi dan pilih “*Saya sudah punya akun*”.
 7. Kemudian pilih “*Aktivasi*”
 8. Masukkan nomor ponsel dan kode aktivasi yang dikirim oleh BSI.
 9. Buat password *m-Banking* BSI dan proses aktivasi selesai.
- Cara Online
 1. Buka Google searching “bankbsi.co.id”
 2. Kemudian klik chat aisyah.
 3. Ketik Aktivasi, otomatis chat aisyah balas tanggapan nasabah.
 4. Kemudian isi email, nama dan no hp. Dalam aktivasi online no telepon tidak boleh berganti.
 5. Kemudian chat aisyah mengirim kode aktivasi melalui sms biasa.
 6. Download aplikasi *BSI Mobile*.
 7. Masukkan kode aktivasi yang ada.
 8. Masukan PIN dan Kata sandi.
 9. *BSI Mobile* sudah aktif dan dapat digunakan.
 10. Setelah aktivasi selesai, nasabah bisa mulai menjelajah ke fitur-fitur yang ada di dalam *BSI Mobile*.

b. Kegunaan dan manfaat *BSI Mobile* berdasarkan fitur-fiturnya.

BSI Mobile sama dengan *mobile banking* lainnya, setiap fiturnya memiliki manfaat sebagai berikut⁶¹:

1. Info Rekening

Fitur info rekening memudahkan para nasabah BSI dalam pengecekan terkait tentang transaksi di rekening. Nasabah bisa melihat info saldo, daftar mutasi dan informasi portofolio.

2. Transfer

Fitur ini memudahkan nasabah dalam mengirim uang ke orang lain baik itu bank BSI maupun Bank lainnya dan bisa dilakukan kapan saja dengan waktu 24 jam.

3. Tarik Tunai

Kini dalam tarik tunai tidak perlu memakai kartu ATM dengan fitur ini, penarikannya mulai dari Rp 50.000.

4. Pembayaran

BSI Mobile bisa membayar kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan bulanan nasabah seperti bayar uang kuliah, pembayaran listrik, asuransi, air PDAM, pembayaran haji dan umrah, pembelian tiket transportasi, pembayaran layanan telepon dan masih banyak lainnya.

5. *TOP UP*

Semakin canggih era teknologi dan maraknya dompet digital seperti Gopay, OVO, ShopeePay, LinkAja dan lainnya.

6. Pembelian

BSI Mobile memudahkan dalam membeli keperluan sehari contohnya paket dan pulsa jika tiba-tiba habis dan tidak perlu keluar rumah.

7. Tarik Tunai

Fitur ini memudahkan nasabah dalam membeli emas secara elektronik dengan hitungan rupiah maupun gram.

8. QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*)

QRIS adalah kode QR atau *QR Code* yang dikeluarkan Bank Indonesia

⁶¹ Dwita dkk, “Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan Dalam Penerapan *Mobile Banking Pada BSI*”, Jurnal Pendidikan Tambusai: Universitas Muhammadiyah Riau, Vo.5 No.2, 2021.

(BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk pembayaran. Dengan memanfaatkan teknologi QR Code, pembayaran menjadi lebih cepat dan mudah. Sekarang semua *merchant* dan bank digital telah memiliki layanan ini demi menunjang terciptanya *cashless society*. Oleh sebab itu, lewat *BSI Mobile*, nasabah bisa menggunakan fitur ini. Contohnya, jika nasabah ingin belanja di *online*, tidak memiliki uang tunai, nasabah bisa langsung *scan* QR Code lewat aplikasi *BSI Mobile*, langsung tertera jumlah pembayaran, dan selesai.

9. Buka Rekening

BSI Mobile juga bisa membuka rekening secara *online* seperti Tabungan Esasy Mudharabah, Tabungan Easy Wadiah dan Tabungan Mabrur. Pembukaan rekening *online* dengan syarat yaitu ktp,npwp dan foto *selfie* seperti foto di KTP.

10. Layanan islami

Bank Syariah Indonesia kini tidak hanya memberikan layanan transaksi akan tetapi menyediakan layanan ibadah seperti azan tepat pada waktunya, membaca juz Amma, asmaul husna dan hikmah-hikmah tentang keuangan sesuai ajaran Islam.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

PT. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan antara tiga bank, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2021, dengan bertepatan 19 Jumadil Akhir 1442 H serta diresmikan secara langsung oleh Presiden Indonesia yaitu Bapak Ir. H. Joko Widodo. Dengan penggabungan tiga bank milik negara ini memberikan operasi yang lebih koperhensif, dan jejak geografis yang akan lebih meluas serta meningkatkan sumber daya modal. Bank syariah Indonesia didorong untuk maju bersaing di skala dunia.

Penggabungan tiga bank syariah ini diharapkan mampu menciptakan bank syariah yang menjadi sumber kebanggaan bagi masyarakat, sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial secara umum. Di dukung dari tiga perusahaan yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan BRI Syariah serta dorongan dari pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia mendapat dukungan dalam bersaing di tingkat global atau internasional. Penggabunagn tiga bank ini merupakan suatu ikhtiar dalam melahirkan Bank Syariah menjadi penggerak dan wajah baru yang bersifat *universal* dan mendunia dari perbankan syariah Indonesia.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia (Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset 500 T dan nilai buku 50 T di tahun 2025).
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2)).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia (perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan 47 masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja).⁶²

3. Layanan dan Produk PT. Bank Syariah Indonesia

a. Individu

Individu merupakan layanan yang disediakan dari Bank Syariah Indonesia untuk memberikan bantuan kebutuhan dalam *financial planning*. Berikut layanan dari program individu Bank Syariah Indonesia:

- 1) Bisnis
- 2) Haji dan Umroh
- 3) Pembiayaan
- 4) Emas
- 5) Investasi
- 6) Prioritas
- 7) Tabungan
- 8) Transaksi

b. Perusahaan

Perusahaan merupakan layanan yang disediakan dari Bank Syariah Indonesia untuk memberikan bantuan kebutuhan dalam perusahaan. Berikut layanan dari program perusahaan Bank Syariah Indonesia:

⁶² <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> diakses Selasa tgl 17 Desember 2022 pukul 21.09 WIB

- 1) *Services*
- 2) *Pembiayaan*
- 3) *Simpanan*
- 4) *Cash Management*
- 5) *Tresuri*

c. Digital Banking

Digital banking merupakan layanan dari Bank Syariah Indonesia untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun nasabah berada inginkan. Jenis dari *digital banking* Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

- 1) BSI OTO melalui BSI *Mobile*
- 2) BSI *Smart Agent*
- 3) BSI *Mobile*
- 4) BSI *Aisyah*
- 5) BSI *JadiBerkah.id*
- 6) BSI *ATM CRM*
- 7) BSI *Merchant Business*
- 8) BSI *API Platform*
- 9) BSI *Cardless Withdrawal*
- 10) BSI *Payment Point*
- 11) BSI *QRIS*
- 12) BSI *Net*
- 13) BSI *Debit Card*
- 14) BSI *Debit OTP*
- 15) *Buka Rekening Online*
- 16) *Solusi Emas*
- 17) *Mitraguna Online*
- 18) *Deposito Mobile*
- 19) *Griya Hasanah Online*
- 20) *Rekening Autosave dan Qurban*
- 21) *E-mas BSI Mobile*

d. Kartu

Kartu merupakan fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk melengkapi kegiatan layanan pada nasabah. Fasilitas kartu dari Bank Syariah Indonesia antara lain:

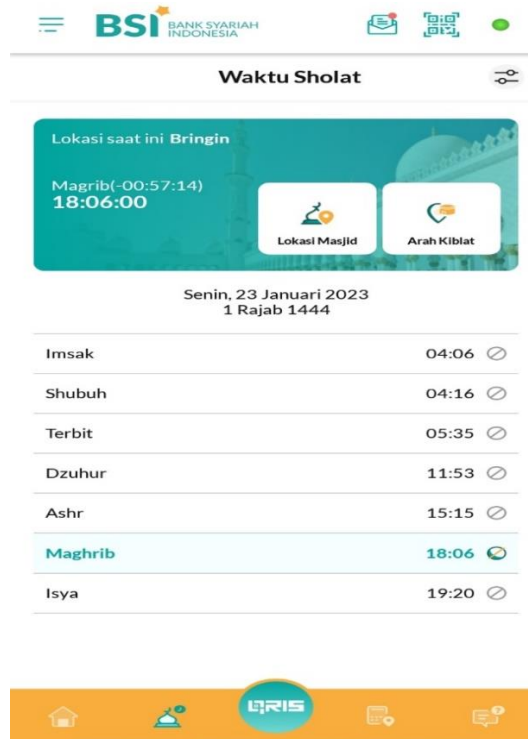
- 1) BSI Hasanah *Card Gold*
- 2) BSI Hasanah *Card Platinum*
- 3) BSI Hasanah *Card Classic*
- 4) BSI Debit OTP
- 5) BSI Debit GPN
- 6) BSI Debit Visa
- 7) Kertu Debit BSI SimPel
- 8) Kartu BSI Debit Sabi
- 9) Kartu Haji BSI Visa⁶³

e. Fitur BSI Mobile

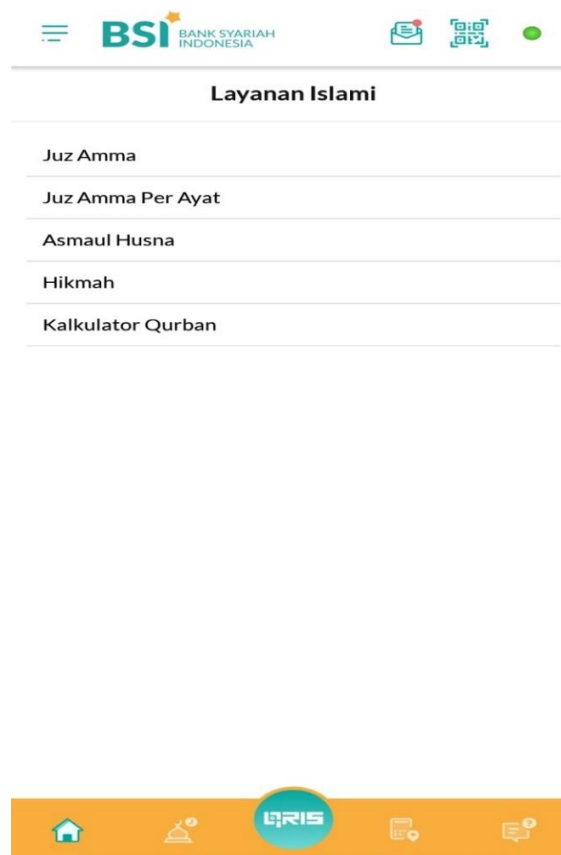


Gambar 3.1 Tampilan Utama BSI Mobile

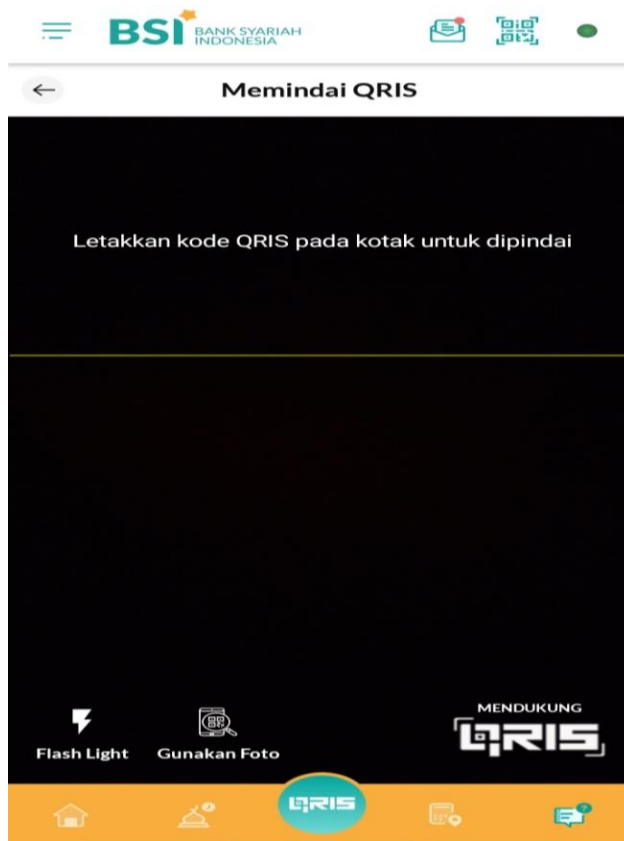
⁶³<https://www.ir-bankbsi.com/> diakses Selasa tgl 17 Desember 2022 pukul 21.09 WIB



Gambar 3.2 Fitur Waktu Sholat BSI Mobile



Gambar 3.3 Fitur Layanan Islami BSI Mobile



Gambar 3.4 Fitur QRIS BSI Mobile



Gambar 3.5 Fitur Pembukaan Rekening BSI Mobile

Menu Customer Care

Hubungi Bank Syariah Indonesia Call 14040

Daftar dan Pelaporan masalah transaksi

Chat Aisyah



Gambar 3.6 Fitur Menu *Customer Care* BSI Mobile



Pembayaran

PLN Postpaid

PLN Non Taglis

Telepon/HP/Telkom Pay

Akademik

Institusi

Tiket

Asuransi

Internet/TV Kabel

e-Commerce

Berbagi - Ziswaf

BPJS

Haji dan Umrah

Penerimaan Negara (MPN)

PDAM

Samsat Digital Nasional (SIGNAL)

Multi Payment

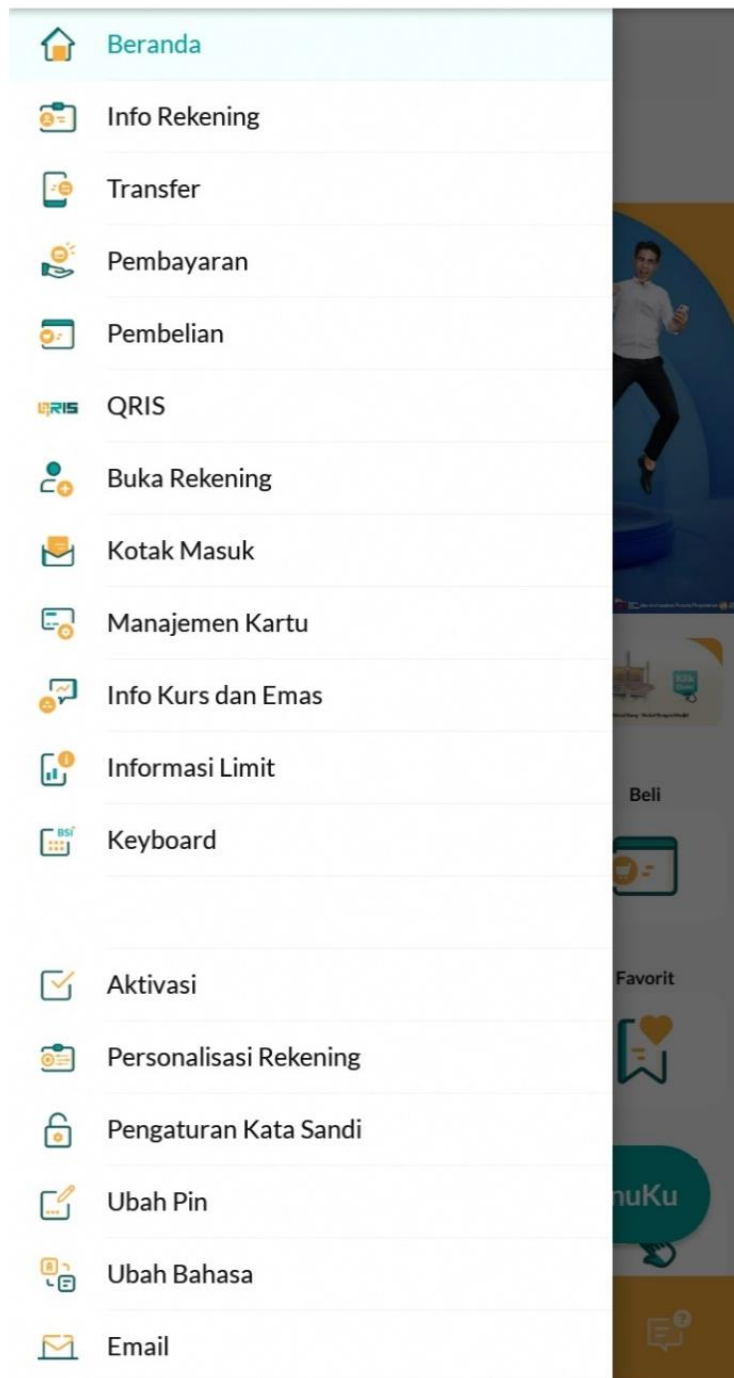
Perusahaan Gas Negara (PGN)

Hasanah Card

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)



Gambar 3.7 Fitur Layanan Pembayaran BSI Mobile



Gambar 3.8 Fitur BSI *Mobile* lainnya.

B. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Pada tanggal 13 Desember 2013, Bapak Dr. Suryadharma Ali selaku Menteri Agama Republik Indonesia meresmikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.⁶⁴ Beberapa alasan didirikannya Fakultas FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan solusi dalam mengembangkan pendidikan yang aplikatif dan sebuah strategis dalam memenuhi kebutuhan khususnya di bidang ekonomi. Khususnya pada jurusan perbankan syariah dapat menjawab tantangan perkembangan masyarakat yang akan datang.
- b. Terdapat banyaknya bank konvensional yang membuka layanan syariah, tetapi sudah banyak lahir bank syariah baru baik itu BUS, UUS maupun BPRS.
- c. Banyaknya alumni dari MA maupun SMA yang berbondong-bondong ingin masuk ke Universitas umum yang prospektif dan menjanjikan masa depan. Maka dari itu perlunya terobosan baru khususnya di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- d. Tenaga kerja lulusan dari ekonomi syariah atau perbankan syariah semakin banyak diperlukan.
- e. Universitas Islam Negeri Walisongo terletak di wilayah strategis pada sentra ekonomi dan kawasan industri. Banyak dikelilingi jenis industri, unit usaha serta lembaga keuangan. Letaknya sangat kondusif bagi kegiatan akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo untuk menjadi simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.

⁶⁴ Profil UIN Walisongo Semarang, <https://febi.walisongo.ac.id/tentang/profil-febi-uin-walisongo/>, diakses pada Kamis tgl 22 Desember 2022 pukul 20.43 WIB

2. Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.⁶⁵

Table 3.1 Nama dan Jabatan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang

NO	NAMA	JABATAN
1.	Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2.	Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag	Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
3.	Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag	Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
4.	Drs. H. Saekhu, MH.	Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
5.	Nasrudin, S. Ag., M.M	Kepala Bagian Tata Usaha
6.	Ali Shodikin, S.Pd.I.,MM	Kasubag Adiministrasi Umum dan Keuangan
7.	Ali Musta'in, S.Ag., M.M	Kasubag Akademik dan Alumni
8.	H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag	Kajur S1 Ekonomi Islam
9.	Nurudin, S.E., M.M.	Sekjur S1 Ekonomi Islam
10.	Heny Yuningrum, S.E., M.Si.	Kajur S1 Perbankan Syariah
11.	Muyassarrah, MSI.	Sekjur S1 Perbankan Syariah
12.	Dr. Ratno Agriyanto, M,Si., A.kt	Kajur Akutansi Syari'ah
13.	Warno, S.E., M.Si.	Sekjur Akutansi Syari'ah
14.	Dr. Ali Murtadho, M.Ag.	Kajur S2 Ekonomi Syariah
15.	Dr. Ahmad Furqon, Lc, MA.	Sekjur S2 Ekonomi Syariah
16.	Dr. H. Muchamad Fauzi, SE., M.M.	Kajur S1 Manajemen
17.	Fajar Adhitya, S.Pd., M.M.	Sekjur S1 Manajemen

⁶⁵ Struktur-organisasi-febi-2019-2023, dikutip pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 21.31 WIB.

3. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.⁶⁶

- **Visi**

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.”

- **Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala Regional, Nasional dan Internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar Internasional.

- **Tujuan**

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkam perkumpulan ilmu pengetahuan.
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam

⁶⁶ <https://febi.walisongo.ac.id/visi-misi-dan-tujuan-febi-uin-walisongo/>, diakses pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 21.31 WIB.

beragama, berbangsa dan bernegara.

3. Berkontribusi dalam membangun dan mengembangkan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai islam di bidang ekonomi dan bisnis.
4. Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagaimanifestasi integrasi islam dan kearifan lokal dalam berekonomi..
5. Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan.
6. Terwujudnya tata Kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mempunyai 8 Fakultas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki beberapa jurusan diantaranya yaitu jurusan S1 Ekonomi Islam, S1 Perbankan Syariah, S1 Manajemen, dan S1 Akuntansi Syariah. Masing-masing jurusan memiliki visi dan misi yang berbeda dalam mewujudkan tujuannya.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP
FITUR *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA

A Hasil Penelitian

Persepsi adalah cara pandang manusia dalam suatu hal dengan menginterpretasikan masukan informasi yang di dapat dan dipelajari dari interaksi terhadap lingkungan sekitar. Setiap individu memiliki nilai Persepsi yang unik dan berbeda-beda hasilnya terhadap suatu aktifitas atau objek. Persepsi Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang mengenai kualitas layanan dan fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dipahami sebagai cara pandang yang dilakukan secara subjektif. Setelah menjadi pengguna layanan *mobile banking* BSI, mahasiswa dan dosen dapat mengetahui dan merasakan manfaat ataupun kekurangan yang ada pada kualitas layanan dan fitur yang diberikan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, dan memunculkan berbagai persepsi dari masing-masing mahasiswa serta dosen yang mengarah pada persepsi positif dan persepsi negatif.

Mobile Banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang mempermudah nasabah dalam memperoleh informasi mengenai keuangan melalui pelayanan secara internet. Pada tanggal 1 Februari 2021 tiga bank syariah mengalami *marger* menjadi satu bank yang bernama Bank Syariah Indonesia (BSI). Layanan *mobile banking* yang dimiliki BRISyariah, Mandiri Syariah, BNISyariah diganti dan digabungkan menjadi BSI *Mobile*. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat persepsi Mahasiswa dan Dosen FEBI terhadap layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia terutama pada kualitas layanan dan fitur yang ada di BSI *mobile*, dari cara pandang serta penilaian Mahasiswa dan Dosen yang memiliki latar belakang pendidikan mengenai keuangan islam, dan dosen FEBI juga dipercaya lebih mengetahui serta memahami lebih mendalam mengenai bidang perbankan dan lebih mengkaji mengenai ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 15 informan yang mencakup 7 dosen dan 8 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang, persepsi mereka terhadap *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terbagi menjadi :

Tabel 4.1 Kategori Persepsi Responden Tentang Kualitas Layanan dan Fitur *Mobile Banking* BSI

No.	Kategori Persepsi Responden	Frekuensi	Presentase
1.	Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI memberikan kemudahan & alternatif dalam melakukan pembayaran.	12	80%
2.	Kualitas layanan <i>mobile banking</i> BSI sudah sangat baik dan jarang terjadinya masalah.	11	73%
3.	Fitur-fitur yang ada pada <i>mobile banking</i> BSI sudah lengkap dan sangat membantu.	12	80%
4.	Fitur islami yang ada pada <i>mobile banking</i> BSI menjadi pembeda dengan <i>mobile banking</i> bank lain dan sangat bermanfaat.	13	86%
5.	Masih perlu adanya penambahan fitur pada aplikasi <i>mobile banking</i> BSI.	10	66%
6.	Sudah banyak edukasi mengenai <i>mobile banking</i> BSI dan fitur yang di sediakan di dalamnya.	5	33%
7.	Kualitas layanan <i>Mobile banking</i> BSI belum sepenuhnya memberikan rasa aman dalam penggunaanya.	6	40%
8.	Kualitas layanan & fitur yang ada pada <i>mobile banking</i> menjadi salah satu faktor minat nasabah unutup menggunakan <i>mobile banking</i> .	11	73%

Sumber: data primer diolah, 2023.

Berdasarkan data di atas, terdapat 8 (delapan) kelompok persepsi mengenai kualitas layanan dan fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Adapun persepsi responden mengenai kualitas layanan dan fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) selama di wawancara sebagai berikut:

1. Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan kemudahan & alternatif dalam melakukan pembayaran.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti rata-rata hampir semua mengatakan bahwa *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah memberikan kemudahan & menjadi alternatif dalam melakukan pembayaran. Salah satu mahasiswa FEBI, SA memiliki persepsi bahwa:

“*Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran apa saja, seperti pembayaran melalui QRIS yang membuat saya terkadang tidak perlu membawa uang secara tunai, bahkan jika ingin mengisi saldo *market place* pun bisa menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan sangat cepat.”⁶⁷

Persepsi lainnya menurut dosen bapak AD mengatakan bahwa:

“*Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Sudah sangat membantu, bahkan jika saya ditawarkan untuk pindah ke bank lain saya tetap memilih BSI *mobile* dikarenakan fitur sudah lengkap dan layanannya sangat membantu dan nyaman selama ini.”⁶⁸

Kemudian dengan Dosen bu FA menyebutkan bahwa :

“Memberikan keuntungan, kemudahan serta membuat *fleksibel* dalam beraktivitas, seperti untuk pembayaran bisa secara cepat dan lebih mudah. *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan dampak positif kemudahan namun untuk dampak negatif kita jadi lebih *hedon* (boros).”⁶⁹

⁶⁷ Wawancara dengan SA, mahasiswa Ekonomi Islam, pada 01 Februari 2023

⁶⁸ Wawancara dengan AD, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 31 Januari 2023

⁶⁹ Wawancara dengan FA, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 03 Februari 2023

2. Kualitas layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat baik dan jarang terjadinya masalah.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, mendapatkan jawaban persepsi bahwa rata-rata nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki persepsi kualitas layanan yang diberikan *mobile banking* BSI sudah sangat baik, dan jarang terjadinya masalah. Saudara MR mengatakan bahwa:

“Kualitas layanan *mobile banking* BSI sekarang baik, serta memiliki proses yang cepat dan tidak mempersulit pengguna dalam menggunakan dalam keseharian. Kualitas sudah sangat baik walau masih tergolong *mobile banking* baru.”⁷⁰

Kemudian persepsi menurut dosen Bu KMV mengatakan :

“Kualitas layanan setelah dilakukan *marger* sudah jauh lebih baik dibandingkan sebelum adanya *marger* dan selama menggunakan BSI *mobile* tidak pernah mengalami masalah dengan kualitas layanan yang diberikan.”⁷¹

Ditambah dengan persepsi dosen bu NS yaitu:

“Kualitas layanan tergantung dengan kecepatan jaringan, selama tidak ada masalah maka tidak akan terjadi *trouble*. Namun *mobile banking* BSI untuk kualitas layanan yang ada walau masih terbilang baru sudah sangat bagus dan segi kecepatan dan kemudahan sangat bagus.”⁷²

3. Fitur-fitur yang ada pada mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah lengkap dan sangat membantu.

Persepsi dari mahasiswa dan dosen mengenai fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki hasil yang banyak berpendapat bahwa sudah lengkap dan dengan adanya fitur tersebut sudah sangat membantu. Seperti yang dikatakan saudari AH bahwa:

⁷⁰ Wawancara dengan MR, mahasiswa Perbankan Syariah, pada 01 Februari 2023

⁷¹ Wawancara dengan KMV, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 31 Januari 2023

⁷² Wawancara dengan NS, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

“fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah lengkap, dari adanya pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) lalu pembayaran *e-wallet*, sampai ke pembelian paket data pun ada. Sudah sangat lengkap membuat mudah dalam melakukan pembelian saat darurat.”⁷³

Kemudian ungkap persepsi lainnya dari dosen Bu MI yang mengatakan :

“Fitur-fitur nya yang disediakan cukup banyak dan lengkap karena sangat banyak untuk bisa di manfaatkan bagi saya sebagai dosen dan ibu rumah tangga dalam mengatur keuangan keseharian dengan menggunakan *mobile banking* BSI sangat membantu. Bahkan jika ingin membeli emas saya dari pada beli emas dan menyimpannya susah lebih baik membeli emas menggunakan *mobile banking* BSI, itu adalah fitur yang menarik.”⁷⁴

Lalu ditambahkan dengan persepsi dosen bapak NFZ mengatakan bahwa:

“Fitur-fitur sudah lengkap dan bagus jika dibandingkan dengan yang lain lebih enak di *mobile banking* BSI, sudah mudah dalam mentransfer tidak perlu di daftarkan bahkan bisa di favoritkan jika sudah melakukan transaksi jika ingin lebih cepat dan mudah.”⁷⁵

4. Fitur islami yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi pembeda dengan *mobile banking* bank lain dan sangat bermanfaat.

Fitur islami merupakan fitur yang disediakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil wawancara yang dilakukan memiliki persepsi yang secara besar hampir sama mengenai fitur islami yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) bahwa menjadi pembeda dan bermanfaat, seperti yang dikatakan saudara FR bahwa :

“Fitur islami yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat bermanfaat dan berbeda dengan *mobile banking* lainnya. Karena

⁷³ Wawancara dengan AH, mahasiswa Perbankan Syariah, pada 03 Februari 2023

⁷⁴ Wawancara dengan MI, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 03 Februari 2023

⁷⁵ Wawancara dengan NFZ, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

sangat memudahkan dalam hal jika ingin melakukan infaq setiap hari, lalu jika perjalanan jauh pun sangat membantu dengan adanya Juz Amma pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini yang sangat saya sukai memakai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) karena memiliki unsur keislaman yang sangat melekat didalamnya.”⁷⁶

Kemudian ungkap lain dari saudara MR mengatakan:

“Sangat bagus dan membantu, apalagi jika sedang melakukan perjalanan ke tempat yang kita belum tau arah kiblatnya, maka fitur yang ada dalam *mobile banking* BSI sangat membantu, lalu untuk fitur waktu sholat dan lokas masjid menjadi hal yang sangat baik, jadi sangat membuat mudah jika ingin melakukan ibadah. Dengan adanya fitur ini pun membuat saya lebih aktif menggunakan *mobile banking* BSI.”⁷⁷

Lalu persepsi yang dimiliki dosen bu FA mengatakan:

“Fitur islami sudah cukup bagus karena mereka sudah bekerja sama dengan Lembaga yang menyalurkan. Dan apalagi setelah selesai bertransaksi selalu diingatkan untuk bersedekah atau berinfaq. Fitur ini sangat unik dan bermanfaat sekali dalam menjalankan amal ibadah.”⁷⁸

5. Masih perlu adanya penambahan fitur pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Walau sudah banyak yang memiliki persepsi bahwa fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) termasuk sangat lengkap, namun ada beberapa responden yang memiliki persepsi bahwa masih perlu adanya penambahan fitur yang ada pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Seperti persepsi yang dimiliki dosen bu NS:

“Fitur yang disediakan sudah bagus dan termasuk lengkap namun masukannya, coba menambahkan fitur untuk investasi lewat *mobile*

⁷⁶ Wawancara dengan FR, mahasiswi Manajemen, pada 01 Februari 2023

⁷⁷ Wawancara MR, mahasiswa Perbankan Syariah, pada 30 Januari 2023

⁷⁸ Wawancara dengan FA, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

banking, agar menarik minat investasi lebih tinggi. Jika sudah bisa diadakan fitur maka akan lebih enak lagi jika ingin melakukan investasi.”⁷⁹

Pendapat lainnya yang dimiliki saudara PA mengatakan:

“Zaman semakin maju, dan fitur juga harus semakin ditambah, contohnya seperti menawarkan hal-hal yang *inovatif*, bahkan kalau bisa di *mobile banking* BSI bekerja sama dengan mitra penjualan *online* namun hanya sekedar menampilkan promo dan terkoneksi dengan harga-harga barang, yang ada agar menarik masyarakat untuk menggunakan *mobile banking* BSI.”⁸⁰

Kemudian ungkapan lainnya dari dosen ibu MI mengatakan:

“Semoga kedepannya akan ada fitur-fitur untuk luar negeri seperti penukaran uang dari rupiah ke mata uang lain, pembayaran seminar yang menggunakan mata uang asing. Seperti contoh misal menggunakan *mobile banking* BSI membayar QRIS yang ada di Arab ketika *ummroh* semoga bisa. Lalu untuk diadakan sensor suara dalam menggunakan *mobile banking* untuk penyandang disabilitas. Akan sangat keren dan bagus jika diadakan fitur seperti ini.”⁸¹

Ada persepsi lain yang dimiliki dosen bapak NFZ bahwa:

“Sebelum dilakukannya merger dulu salah satu bank syariah mempunyai fitur rekening koran, semoga kedepannya akan ada fitur tersebut lagi dan memunculkan fitur berlangganan untuk *quotes* islami muncul dilayar.”⁸²

6. Sudah banyak edukasi mengenai mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) dan fitur yang di sediakan di dalamnya.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah responden memiliki hasil sedikit yang setuju mengenai sudah banyak edukasi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dan fitur yang dimilikinya. Beberapa tanggapan

⁷⁹ Wawancara dengan NS, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

⁸⁰ Wawancara dengan PA, mahasiswa Ekonomi Islam, 02 Februari 2023

⁸¹ Wawancara dengan MI, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 03 Februari 2023

⁸² Wawancara dengan NFZ, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

persepsi mengenai kurangnya edukasi ditanggapi oleh responden. Saudara FR menyatakan bahwa:

“Saya menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dikarenakan memiliki kepentingan dalam hal menerima gaji sampingan saya sebagai mahasiswa. Namun untuk edukasi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) atau Bank Syariah Indonesia sendiri masih kurang dalam lingkungan saya, karena masih jarang pengguna *mobile banking* BSI di sekitar saya.”⁸³

Persepsi lainnya mengenai kurangnya edukasi dinyatakan dosen AD yaitu:

“Seharusnya BSI harus lebih banyak terjun ke masyarakat melakukan sosialisasi, agar orang banyak menggunakan *mobile banking* BSI. Dengan fitur yang bagus dan lengkap seharusnya BSI memperbanyak sosialisasi mengenai ini agar semakin banyak orang yang menggunakan dan pengetahuan mengenai *mobile banking* BSI.”⁸⁴

7. Kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) belum sepenuhnya memberikan rasa aman dalam penggunaannya.

Hasil wawancara yang dilakukan pada responden mengenai rasa aman yang diberikan melihat dari kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki hasil yang lumayan. Berikut persepsi yang saudara IK yaitu:

“Kualitas layanan yang diberikan menurut pengalaman saya masih belum seberapa membuat aman, dikarenakan saya pernah mengalami kendala ketika menggunakan, saat saya ingin melakukan pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) mengalami beberapa kali *error*, dan untuk tampilannya pun langsung masuk kedalam menu, tanpa adanya *user* akun dan *password*. Hal ini yang membuat saya terkadang masih takut.”⁸⁵

Persepsi lain diungkapkan dosen bu FA mengatakan bahwa:

“Dalam *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak adanya user

⁸³ Wawancara dengan FR, mahasiswa Manajemen, pada 07 Februari 2023

⁸⁴ Wawancara dengan AD, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 31 Januari 2023

⁸⁵ Wawancara dengan IK, mahasiswa Akuntansi Syariah, pada 05 Februari 2023

name dan *Password* dalam tampilan awal untuk masuk kedalam *mobile banking* BSI atau dalam gambaran utama langsung masuk ke dalam menu *mobile banking* hal ini yang masih kurang memberikan rasa aman, walau ketika ingin bertransaksi tetap memasukkan *password* dan *pin*.⁸⁶

Kemudian ungkapan lain dari dosen bu NS mengatakan:

“Saya selama transaksi nominal rupiah nya tidak banyak maka saya masih memakai *mobile banking*. Namun kalau banyak saya masih khawatir jika menggunakannya lewat *mobile banking*.⁸⁷

8. Kualitas layanan & fitur yang ada pada *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah unruk menggunakan *mobile banking*.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti memiliki hampir semua responden mengatakan bahwa kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah unruk menggunakan *mobile banking*. Saudari ASP mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dikarenakan fitur dan kualitas layanan yang ada sudah lengkap dan tidak pernah adanya gangguan pada kualitas layanannya, jadi menurut saya kualitas layanan dan fitur sangat penting dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan.⁸⁸

Kemudian persepsi lain dari dosen ibu KMV mengatakan bahwa:

“Sangat jelas menjadi faktor, karena jika memakai *mobile banking* yang tampilan dan kualitas yang ada tidak memberikan kenyamanan dan sulitt, maka pengguna tidak mau menggunakannya lagi atau akan berpindah penggunaan menggunakan *mobile banking* lainnya.⁸⁹

Persepsi lain dari dosen Pak NFZ yang membuat kurang setuju mengenai kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* menjadi salah satu

⁸⁶ Wawancara dengan FA, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 02 Februari 2023

⁸⁷ Wawancara dengan NS, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

⁸⁸ Wawancara dengan ASP, mahasiswa Perbankan Syariah pada 26 Januari 2023.

⁸⁹ Wawancara dengan KMV, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 02 Februari 2023

faktor minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* yaitu:

“Minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* masih tergantung pada nasabah. kembali lagi pada kebutuhan. Namun bisa dibilang 80% menjadi faktor menggunakan karena kelengkapan fitur dan kualitas yang baik.”⁹⁰

Secara meluas ilmu pengetahuan akan saling berhubungan secara langsung dengan pengalaman yang pernah dialami atau pribadi, dari pengalaman tersebut individu akan mengetahui dan memahami apa yang sedang dirasakan dan yang terjadi, pengalaman pribadi responden dapat menghasilkan yang namanya persepsi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Mahasiswa dan dosen yang menjadi responden berdasarkan pengalaman yang memiliki rekening Bank Syariah Indonesia (BSI) dan yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) maupun yang tidak menggunakan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)

No.	Persepsi Nasabah	Frekuensi	Presentase
1.	Menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI)	13	86%
2.	Tidak menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI)	2	13%

Sumber: diolah data primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, memiliki hasil bahwa hampir semua responden menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Responden yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) ada sebanyak 13 orang dengan presentase 86%. Dan responden yang tidak menggunakan ada 2 orang dengan presentase 13%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat lebih banyak nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan *mobile banking* nya.

⁹⁰ Wawancara dengan NFZ, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 06 Februari 2023

Ada beberapa persepsi nasabah mengapa menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Diungkapkan oleh salah satu responden saudara SA mengungkapkan:

“Menggunakan *mobile banking* karena keinginan untuk mempermudah bertransaksi dan sangat memerlukan untuk sekarang, sangat membantu dalam mengecek transaksi keuangan.”⁹¹

Persepsi lain pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu dosen AD, mengatakan:

“Faktor karena syariahnya, lalu karena dari keputusan kampus harus menggunakan rekening syariah juga jadi saya menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).”⁹²

Sebagai salah satu responden yang tidak menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), Dosen bu MYS mengungkapkan alasan mengapa tidak menggunakan:

“ Saya tidak menggunakan karena pengaruh pengalaman suami yang pernah terjadi sesuatu dan rasa khawatir yang tidak nyaman karena segala sesuatu di HP. Jika berkaitan dengan uang, kejahatan semakin meraja lela.”⁹³

Alasan lain juga di ungkapkan oleh saudara BGA :

“Saya tidak menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk bertransaksi masih susah karena belum banyak yang menggunakan dan saya sudah mengaktifkan *mobile banking* Bank lainnya. Jadi saya hanya menggunakan rekeningnya saja.”⁹⁴

⁹¹ Wawancara dengan SA, mahasiswa Perbankan Syariah pada 26 Januari 2023.

⁹² Wawancara dengan AD, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 31 Januari 2023

⁹³ Wawancara MYS, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pada 06 Februari 2023

⁹⁴ Wawancara dengan BGA, mahasiswa Ekonomi Islam pada 31 Januari 2023.

B Pembahasan Hasil dari Penelitian

Sesuai dengan hasil data yang telah diolah peneliti, telah banyak yang di jelaskan dari persepsi-persepsi responden mengenai kualitas layanan dan fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) di penyajian data. Terdapatnya perbedaan yang banyak yang akan dibahas dari setiap sisinya, ada 4 (empat) faktor yang akan mempengaruhi 8 (delapan) kategori persepsi tersebut, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologis.

1. Persepsi Mahasiswa dan Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang tentang Kualitas Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Persepsi sendiri memiliki arti bahwa Tindakan Menyusun, mengenali serta menafsirkan hasil informasi guna memberi gambaran serta pemahaman mengenai lingkungan. Persepsi bukanlah isyarat secara pasif, namun terbentuk dengan pembelajaran, ingatan bahkan harapan dan perhatian yang dialami dan yang pernah di peroleh.⁹⁵ Hal ini dijelaskan dengan definisi John R. Wenburgh dan Wiliam W. Wilmot yang dikutip oleh Arsela Ari dalam skripsinya, mengatakan “Persepsi dapat didefinisikan dengan cara organisme dalam memberikan makna.” Sedangkan Rudholdph F.Verderber mengatakan, “Persepsi merupakan proses menafsirkan hasil informasi indrawi.”⁹⁶

Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan dengan 15 responden memiliki hasil adanya 8 (delapan) persepsi yaitu sesuai dari *Tabel 4.1* yang membahas kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Dari 8 (delapan) kelompok persepsi, terdapat 4 (empat) kelompok persepsi yang membahas mengenai kualitas layanan pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Yaitu, persepsi mengenai Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan

⁹⁵ Marseli Tambayong, *Persepsi Nasabah Terhadap Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu Tentang Tabungan Simas Ceria*. Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. 2016.

⁹⁶ Arsela Ari Murni, *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu*. Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. 2018.

& alternatif dalam melakukan pembayaran yaitu 80%, Kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat baik dan jarang terjadinya masalah yaitu 73%, Kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) belum sepenuhnya memberikan rasa aman dan penggunaannya 40%, dan Kualitas layanan & fitur yang ada pada *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* yaitu 73%.

Nasabah responden yang menjelaskan bahwa Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan kemudahan & alternatif dalam melakukan pembayaran sebanyak 80% (12 orang). Persepsi tersebut sama dengan yang dikatakan oleh Mualiman D. Hadad, Ph.D (Ketua Dewan Komisiner OJK) bahwa *Fintech* atau keuangan nonbank merupakan sebuah inovasi yang berhasil dalam memperkenalkan kemudahan, kepraktisan alternatif akses, kenyamanan dan biaya yang ekonomis, dikenal sebagai Inovasi *Disruptif*.⁹⁷ Faktor yang mempengaruhi responden memiliki persepsi seperti ini ialah berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya menjadi dasar kemampuan seseorang untuk mempelajari dan memahami hal-hal dalam mengatur persepsi.

Nasabah responden yang memiliki persepsi kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat baik dan jarang terjadinya masalah yaitu sebanyak 73% (11 orang). Dari presentasi persepsi nasabah maka hampir semua nasabah berpendapat bahwa jarang mengalami masalah dalam menggunakannya, namun masih ada yang berpendapat bahwa *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) masih sering terjadinya masalah dalam menggunakannya. Hal ini terjadi namun tidak di semua akun nasabah, hanya beberapa nasabah yang masih sering mengalami masalah dalam akun *mobile banking* BSI nya. Faktor yang mempengaruhinya adalah pribadi, berdasarkan pengalaman mahasiswa dan dosen, maka dapat terbentuk masing-masing pandangan dalam salah satu pertanyaan yang peneliti ajukan.

⁹⁷ Mualiman D.Hadid, 2017, *Financial Technology (fintech) Di Indonesia*, Kuliah Umum Tentang Fintech – IBS, h.3 diakses tanggal 19 Februari 2023.

Kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) belum sepenuhnya memberikan rasa aman dalam penggunaannya, memiliki presentase 40% (6 suara). Mahasiswa dan dosen yang belum sepenuhnya merasa aman dan percaya pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki persepsi tersebut dikarenakan banyaknya berita mengenai ancaman dan resiko yang ada pada *mobile banking*. *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) masih tergolong baru, namun dalam keamanannya *mobile banking* BSI sudah menggunakan teknologi enkripsi *Secure Socket Layer* (SSL) 128 bit, yang melindungi komunikasi antara perangkat nasabah dengan server Bank Syariah Indonesia. Untuk menambah keamanan digunakan metode *time out session*, dimana setelah 3 (tiga) menit tanpa aktivitas Nasabah, maka akses akan tidak aktif lagi.⁹⁸ Faktor yang mempengaruhi merupakan faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Berdasarkan pengetahuan, berita dan pengalaman mahasiswa dan dosen yang membentuk pandangan dan persepsi dalam menjawab pertanyaan peneliti.

Kualitas layanan & fitur yang ada pada *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, presentase sebanyak 73% (11 orang). Dari presentase tersebut rata-rata bahkan hampir semua responden sepakat akan kualitas layanan dan fitur *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat nasabah menggunakan, karena semakin bagus kualitas yang diberikan oleh suatu layanan akan semakin baik hasil persepsi yang akan diberikan oleh pengguna, dan sama halnya dengan fitur. Semakin banyak fitur yang disediakan oleh suatu layanan *mobile banking* maka akan semakin banyak persepsi yang mengatakan fitur yang disediakan semakin lengkap dan canggih maka akan semakin banyak minat yang menggunakan. Seperti yang dikatakan Rauyruen & Miller, Kualitas layanan ialah aspek mendasar dalam dunia bisnis karena menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan atau pengguna⁹⁹

⁹⁸ <https://www.bankbsi.co.id> di akses pada tanggal 20 Februari 2023 pada pukul 00.05 WIB.

⁹⁹ Rauyruen, P., & Miller, K. E. (2007). *Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty*. *Journal of Business Research*, 60(1), hal. 21–31.

2. Persepsi mahasiswa dan dosen FEBI UIN Walisongo Semarang mengenai Fitur *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI)

Berdasarkan *tabel 4.1* Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan dengan 15 responden memiliki hasil adanya 8 (delapan) persepsi yang membahas kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Dari 8 (delapan) kelompok persepsi, terdapat 4 (empat) kelompok persepsi yang membahas mengenai fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Yaitu, Fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah lengkap dan sangat membantu yaitu 80%, Fitur islami yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi pembela dengan *mobile banking* bank lain dan sangat bermanfaat yaitu 86%, Masih perlu adanya penambahan fitur pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu 66%, Sudah banyak edukasi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dan fitur yang di sediakan di dalamnya yaitu 33%.

Fitur-fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah lengkap dan sangat membantu sebanyak 80% (12 orang) yang memiliki persepsi seperti ini. Pada persepsi ini menunjukkan angka yang tinggi mengenai kelengkapan fitur yang dimiliki oleh *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), hal ini bisa di lihat dengan membuka aplikasi dan fitur-fitur yang ada bahwa benar sudah banyak fitur yang disediakan oleh *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) itu sendiri, dari mulai pembayaran *marketplace*, pembayaran keperluan sekolah dan pembayaran keseharian sampai layanan islami sudah di sediakan oleh *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Namun masih ada beberapa responden yang memiliki persepsi bahwa masih kurangnya fitur yang dimiliki oleh *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dan masih belum membantu sepenuhnya dengan adanya beberapa fitur yang disediakan, seperti masih adanya masalah atau gangguan ketika menggunakan beberapa fitur yang ada. Faktor yang mempengaruhi persepsi responden ialah faktor pribadi dan psikologis yaitu berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya menjadi dasar kemampuan individu dalam mempelajari hal baru atau hal tertentu

dalam mengatur persepsi.

Fitur islami yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi pembeda dengan *mobile banking* bank lain dan sangat bermanfaat memiliki 86% (13 orang). Dari presentase tersebut memiliki hasil bahwa hampir semua nasabah responden sepakat bahwa fitur islami menjadi pembeda dengan *mobile banking* lainnya dan bermanfaat. Identitas lembaga keuangan yang berbasis syariah sebagai institusi yang mempunyai karakter berbeda karena ada nilai-nilai kesyariahan yang harus menjadi budaya organisasi yang tercermin dalam tata kelola manajemen syariah dan identitas ini merupakan ciri khas diri lembaga keuangan yang lainnya.¹⁰⁰

Seperti yang di ungkapkan di laman resmi BSI *mobile*, aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki tiga fungsi sekaligus dalam pemakaian, yaitu fungsi *finansial* berarti *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) berusaha memfasilitasi transaksi keuangan nasabahnya secara aman dan nyaman melalui aplikasi yang aman, fungsi *spiritual* berarti membantu nasabah melakukan amalan dalam keseharian kapan saja dan dimana saja dan fungsi sosial merupakan kemudahan yang diadakan dan ditawarkan BSI *mobile* dalam berbagi kepada siapapun. Layanan perbankan syariah memberikan ketenangan dan keamanan dengan menggunakan prinsip syariah pada aplikasinya dan menemani nasabah dalam kegiatan ibadah dan sedekah.¹⁰¹ Faktor yang mempengaruhi persepsi responden ialah faktor pribadi dan psikologis yaitu berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya menjadi dasar kemampuan individu dalam mempelajari hal baru atau hal tertentu dalam mengatur persepsi.

Masih perlu adanya penambahan fitur pada aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sebanyak 66% (10 orang) yang memiliki persepsi. Alasan persepsi tersebut adalah masih banyak orang yang memiliki

¹⁰⁰ Johan Arifin, "Penguatan Manajemen Syariah Melalui Total Quality Management Bagi Pelaku Lembaga Keuangan Syariah di Kota Semarang" jurnal at-Taqqadum, Vol.8 No.2 (2016). Hal.185

¹⁰¹ Muhamat Nur Maarif, Sirajul Munin "Multi Akad Dalam Aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Perspektif Fiqh Muamalah" *Tawazun : Journal of Sharia Economic Law* Vol.5 No.1 2022. Hal 131

keinginan serta pengalaman yang responden alami. Keinginan penambahan fitur yang responden miliki bermacam-macam, mulai dari penambahan adanya fitur investasi, fitur rekening koran, fitur penampilan harga promo produk yang bekerjasama dengan mitra penjualan *online*, sampai fitur sensor suara dalam menggunakan *mobile banking* untuk penyandang disabilitas. Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) masih terbilang *mobile banking* baru yang ada di Indonesia, karena Bank Syariah Indonesia (BSI) sendiri baru berdiri pada tahun 2021, hal ini lah yang membuat Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) masih dalam tahap menyempurnakan dirinya, namun keberhasilan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) juga membutuhkan waktu dan dukungan dari nasabah. faktor mempengaruhi responden memiliki persepsi yakni faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi yang menjadi dasar dari kemampuan individu untuk mempelajari hal-hal tertentu dan pengalaman individu dalam mengatur persepsi. Berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mahasiswa dan dosen, maka dapat terbentuklah pandangan yang menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

Sudah banyak edukasi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dan fitur yang di sediakan di dalamnya, sebanyak 33% (5 orang) yang memiliki persepsi. Dari 25 responden yang diwawancarai, 19 (Sembilan belas) responden berpendapat masih kurangnya pemahaman dan edukasi mengenai *mobile banking* BSI di lingkungan sekitar. Sebagian responden pun mengatakan bahwa lingkungan sekitarnya masih kurang mengetahui akan Bank Syariah Indonesia (BSI) serta *mobile banking* nya. Alasan persepsi ini adalah karena masih kurangnya pengguna *mobile banking* BSI di kota-kota kecil ataupun teman dan kerabatnya yang menggunakan. Faktor yang mempengaruhinya adalah faktor pribadi dan sosial. Faktor terbentuk dari pengetahuan, pengalaman serta dari suara-suara yang timbul dari orang sekitar yang masih belum memahami *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dari hasil responden dan wawancara terhadap Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengenai kualitas layanan dan fitur *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), memiliki hasil bahwa kualitas layanan dan fitur yang ada pada *BSI Mobile* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan kebutuhan finansial secara mendadak maupun sehari-hari yang harus berurusan dengan bank. Selain memberikan kemudahan, aplikasi *BSI Mobile* juga memberikan layanan kecepatan terhadap nasabah dalam layanan transaksi. *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat dijadikan solusi ketika nasabah mempunyai banyak pekerjaan dan tidak memiliki kesempatan untuk datang ke kantor, nasabah cukup melakukan transaksi untuk kebutuhan nasabah dengan menggunakan handphone yang tersambung pada layanan internet.

Fitur islami yang dimiliki *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat banyak sehingga aplikasi ini membantu umat muslim untuk saling mengingatkan, terutama dalam soal ibadah seperti yang disediakan oleh fitur yang ada dalam *Mobile Banking* BSI. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Quran surat Az-Zariyat ayat 55¹⁰² :

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَ إِذْ تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman.” Q.S Az-Zatiyat (27:55)

Ayat ini dengan jelas menjelaskan bahwa memberikan peringatan dan saling meningatkan akan kebaikan dan manfaat bagi orang-orang sangatlah diperlukan dan dilakukan setiap saat agar memenuhi perintah Allah SWT dan mendapatkan ridha Allah SWT.

¹⁰² <https://tafsirweb.com/9951-surat-az-zariyat-ayat-55.html> di akses pada 27 Desember 2023, pukul 20.39 WIB

BAB V

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dari 15 responden terdiri dari 8 Mahasiswa dan 7 Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Mahasiswa dan Dosen terhadap Kualitas Layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dari hasil penelitian didapatkan persepsi yang berbeda-beda dari responden mengenai Kualitas Layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Perbedaannya terletak dibagian faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi antara individu satu dengan yang lain, yakni faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial dan faktor budaya. Hasil penelitian ini menemukan fakta bahwa Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, memiliki persepsi yang baik akan kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Namun fakta lainnya bahwa masih adanya nasabah yang mempunyai rekening Bank Syariah Indonesia, namun tidak menggunakan *mobile banking* nya. Hal ini dikarenakan, masih kurangnya pemahaman serta masih ragunya nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. dan faktor lainnya masih kurangnya pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia membuat masih banyak nya nasabah yang tidak mengaktifkan *mobile banking*.

2. Persepsi Mahasiswa dan Dosen terhadap Fitur Layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Hasil penelitian dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dan sudah diolah oleh peneliti, memiliki beberapa hasil yang baik mengenai fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Sebagian besar nasabah responden penelitian ini mengatakan sudah lengkap dan sangat membantu dalam keseharian.

Namun beberapa responden juga mengatakan masih perlunya adanya penambahan fitur yang masih belum ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, seperti fitur investasi, fitur rekening koran, fitur penampilan harga promo produk yang bekerjasama dengan mitra penjualan *online*, sampai fitur sensor suara dalam menggunakan *mobile banking* untuk penyandang disabilitas.

A Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, perlunya melakukan pendekatan secara emosional kepada nasabah, untuk mengetahui bagaimana persepsi yang nasabah miliki dan untuk mengatasi kurangnya informasi dan pengetahuan nasabah mengenai kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Serta meningkatkan layanan dan fitur yang disediakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang diharapkan berguna sebagai bahan untuk mengetahui mengenai persepsi Mahasiswa dan Dosen FEBI dan faktor apa saja yang membentuk persepsi mengenai kualitas layanan dan fitur pada *mobile banking* yang digunakan, terutama *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meneruskan kembali penelitian ini diwaktu yang akan mendatang agar mengetahui bagaimana perkembangan persepsi nasabah kedepannya mengenai kualitas layanan dan fitur yang ada pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Akeroyd, J. R. (2002). *A note concerning the index of the shift. Proceedings of the American Mathematical Society*, 130(11), 3349–3354.
<https://doi.org/10.1090/s0002-9939-02-06464-x>
- Akmalia, I. (2013). Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Manajemen Bisnis*, 2(1), 69–80.
<https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1485>
- Andespa, R. (n.d.). Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(1), 79.
- Anggraini, M. (2021). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah Indonesia* (Issue February).
- Arif, M. N. R. Al. (n.d.). *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*.
- Arif, M. N. R. Al. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Arifin, J. (2015). *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Walisongo Semarang*. Vi(2), 105.
- Arifin, J. (2017). Penguatan Manajemen Syariah Melalui Total Quality Management bagi Pelaku Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Semarang. *At-Taqaddum*, 8(2), 186. <https://doi.org/10.21580/at.v8i2.1170>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan PrakteK* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Ariyanti, E. (2005). *pengembangan pemanfaatan polder kota lama semarang sebagai ruang public yang rekreatif berdasarkan persepsi masyarakat dan pemerintah*.
- Astuti, N. (2017). *Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi Makassar*. 2(1), 1–23.

- Azizah, A. A., Mujaddid, A. Y., & Farida, D. N. (2021). *The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah. AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3(1).
<https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8158>
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) *The Influence Of Service Feature And Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study on the Village Community . Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Bakhri, S. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Elearning UIN Walisongo (Studi Kasus Mata Kuliah Manajemen Sistem Informasi). *Walisongo Journal of Information Technology*, 3(1), 54–56.
<https://doi.org/10.21580/wjit.2021.3.1.8666>
- Couto, A. dan N. (2016). *Psikologi Persepsi & Desain Informasi*. Media Akademi.
- Farida, D. N. (2019). Analisis Kepatuhan Atas Penerapan Internet Corporate Reporting (ICR) pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 160–167. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.395>
- Fernandez, F., & Pujani, V. (2019). Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 165–180.
- Haryanto, F. F. dan R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Duta Media Publishing.
- Hendri Tanjung dan Abrista Devi. (2018). *Metodologi penelitian ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79.
<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>

- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Informasi, J. R., Merliani, N. N., Waluyo, R., Informasi, S., Komputer, F. I., Purwokerto, U. A., & Matrix, E. (2022). *Analisis Pengembangan Fitur Aplikasi Mobile*. 11(2).
- Keller, P. K. dan K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Khasanah, A. U. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di BRI Syariah (IAIN Ponogoro, 2019)*.
- Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil*, 4(2), 202–217.
- Maleong, L. J. (1993). *Metode Penelitian Sosial*. PT Gajah Mada Universiti Pers.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Bandung*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, E. S. (2021). Persepsi mahasiswa tentang risiko penerapan aplikasi mobile banking di bank syariah. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Vol. 1). <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7492/>
- Prastowo, A. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ratih, N. (2019). *Persepsi Konsumen Tentang Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm) (Studi Kasus Dosen Dan Karyawan Febi Iain Metro)*.
- Ririn Wulandari, F. A. R. (2020). *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Nas Media Pustaka.
- Rotchanakitumnuai, S., & Speece, M. (2003). Barriers to Internet banking adoption: A qualitative study among corporate customers in Thailand. *International Journal of Bank Marketing*, 21(December), 312–323.

<https://doi.org/10.1108/02652320310498465>

- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Saadah, N., & Farida, D. N. (2019). Etika Pertanggungjawaban Lingkungan Dalam Bingkai Al-Qur'an. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 343. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.4548>
- Saputra, I. (2021). *Persepsi Nasabah Pada Layanan Mobile Banking BRI Syariah (BSI) Kota Bengkulu*.
- Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarto, S., & Fajri, H. (2018). Persepsi Orang Tua Terhadap Proses Bimbingan Belajar Anak Di Rumah. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 3(1). <https://doi.org/10.30998/sap.v3i1.2735>
- Toha, M. (2016). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Grafindo Persada.
- Tri Astuti dan Indah Mustikawati. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, 2(1), 185.
- Walgito, B. (2015). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offset.
- Yurita, A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir pengaraian. *Managemen Faculty*, 2, 1–10.
- Zuriah, N. (2006). *metodelogi penelitian Sosial dan Pendidikan*. PT Bumi Aksara.

<https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html> di akses pada 25

Desember 2022, pukul 20.39 WIB

<https://tafsirweb.com/9951-surat-az-zariyat-ayat-55.html> di akses pada 27

Desember 2023, pukul 20.39 WIB

<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/kinerja-makin-solid-laba-bsi-di-kuartal-iii-tumbuh-42> diakses pada tanggal 30 Oktober 2022 pukul 05.10 WIB

<https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kualitatif/>,diakses pada tanggal 15

November 2022 pukul 23.10 WIB

<https://lifepal.co.id/media/bsi-mobile/> diakses pada senin tanggal 20 Desember 2022 pukul 00:26 WIB

<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> diakses Selasa tanggal 17 Desember 2022 pukul 21.09 WIB

<https://www.ir-bankbsi.com/> diakses Selasa tgl 17 Desember 2022 pukul 21.09 WIB

Profil UIN Walisongo Semarang, <https://febi.walisongo.ac.id/tentang/profil-febi-uin-walisongo/>, diakses pada Kamis tanggal 22 Desember 2022 pukul 20.43

<https://febi.walisongo.ac.id/visi-misi-dan-tujuan-febi-uin-walisongo/>, diakses pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 21.31 WIB.

<https://www.bankbsi.co.id> di akses pada tanggal 20 Februari 2023 pada pukul 00.05 WIB

LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat bukti penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 464/Un.10.5/D1/PG.00.00/01/2023
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

24 JANUARI 2023

Yth :
Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang
di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : MAHARANI DWINA AYULIA RAHARJO
Nim : 1905036122
Semester : VIII
Jurusan / Prodi : S1 PERBANKAN SYARIAH
Alamat : Mangunjiwan, Demak.
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : PERSEPSI NASABABAH TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP FITUR MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI DAN DOSEN FEBI UIN WALISONGO SEMARANG).
Waktu Penelitian : 26 Januari 2023
Lokasi Penelitian : UIN Walisongo Semarang

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
lembagaan,

PERFATONIA

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 2

Daftar Pertanyaan

1. Apakah anda menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pemahaman anda tentang *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
3. Sudah berapa lama anda menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia & faktor apa yang membuat anda menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana persepsi anda mengenai kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
5. Bagaimana persepsi anda mengenai fitur-fitur yang ada di *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
6. Fitur apa yang sering anda gunakan dalam *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
7. Bagaimana tanggapan anda mengenai fitur-fitur islami yang ada di *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
8. Apakah menurut anda transaksi dan layanan yang ada di *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sudah sesuai dengan prinsip syariah?
9. Apakah fitur-fitur dan kualitas layanan yang diberikan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sudah memberikan keuntungan dan memenuhi keinginan anda? Lalu apa dampak yang anda rasakan?
10. Apakah kualitas yang diberikan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia sudah memberikan jaminan dan kepercayaan layanan pada anda?
11. Apa saja kendala yang pernah anda alami selama merasakan kualitas layanan dan fitur yang disediakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
12. Apakah menurut anda kualitas layanan dan fitur pada *mobile banking* menjadi salah satu faktor minat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* ?
13. Apa saja faktor yang membuat anda memiliki persepsi mengenai *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
14. Apakah menurut anda persepsi nasabah tentang *mobile banking* Bank Syariah Indonesia penting dalam kemajuan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dimasa yang akan datang? Mengapa?
15. Bagaimana masukan anda tentang *mobile banking* Bank Syariah Indonesia untuk kemajuan mendatang?

Lampiran 3

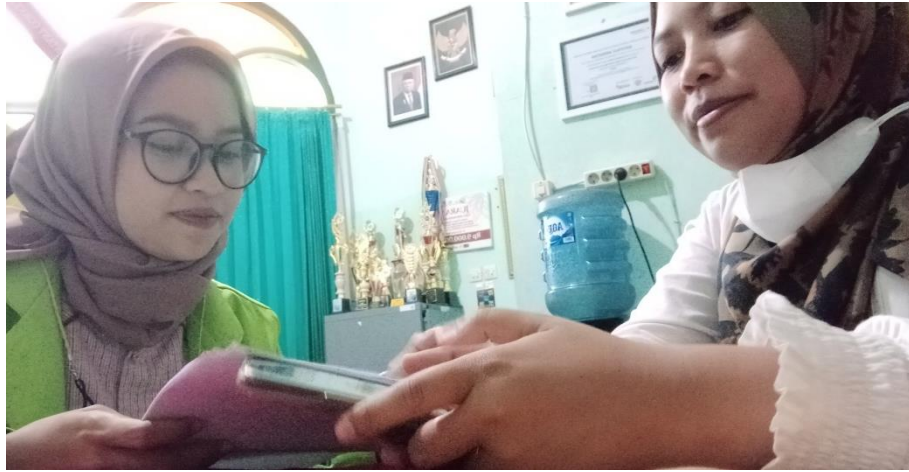
Dokumentasi Kegiatan Wawancara



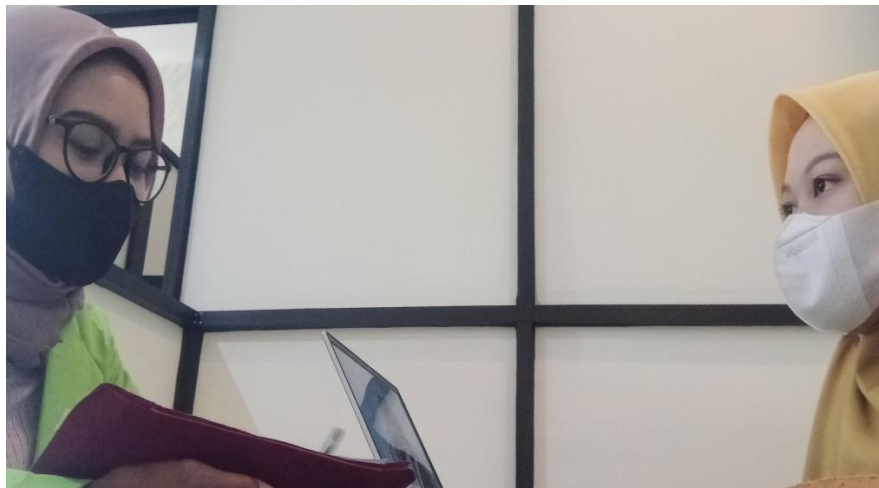
Wawancara dengan Dosen FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Dosen FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Dosen FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Dosen FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Dosen FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo



Wawancara dengan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Maharani Dwina Ayulia Raharjo
Tempat & tanggal lahir : Yukum Jaya, 30 Juli 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Dusun Kenep, Mangunjiwan, RT.05/RW.03, Kec.
Demak, Kab. Demak
No hp : 082136004460
Email : maharanidwinaayulia@gmail.com

Pendidikan

1. TK Permata Bunda Tahun 2006-2008
2. SD Negeri 1 Poncowati Tahun 2008-2014
3. SMP Negeri 1 Terbanggi Besar Tahun 2014-2016
4. SMA Negeri 1 Terbanggi Besar Tahun 2016-2019
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2019-sekarang