

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN
THAHA SAIFUDDIN JAMBI UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN
MOBILE BANKING BANK SYARIAH MANDIRI**

**FAKTORS AFFECTING THE INTEREST OF SHARIA BANKING
STUDENTS IN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI STATE
ISLAMIC UNIVERSITY TO USE THE MOBILE BANK SERVICES
SHARIA BANK MANDIRI**

Rudi Hartono¹, Fathuddin Abdi², Muhamad Subhan³

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Jalan Arif Rahman Hakim No. 1 Telanaipura Jambi 36122
Telp/Fax. (0741) 65600
Website: febi-iainjambi.ac.id
Email: rudihart2599@gmail.com

Abstrak : *This research was conducted to determine the factors that affect the interest of Islamic Banking Students of the State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi to use Bank Syariah Mandiri Mobile Banking Services. The research method used in this research is a qualitative method. Data collection in the form of observation, interviews and documentation. From the results of this study it can be concluded : The use of Mobile Banking makes it easier for Islamic Banking Students in transactions, Mobile Banking makes transaction safer, Mobile Banking makes students in control in making transaction via their cell phones, mobile banking can save time, mobile banking according to the needs of students for fast service. And even though behind the convenience and benefits provided to this Mobile banking service there are also Sharia Banking Students who have not been interested in using Mobile banking services because : they do not understand / do not understand how to operate Mobile banking, in their area there is no Mandiri Syariah Bank so they use technology products digital provided by other conventional banks, do not have an account, do not like digital transactions like manual ones, feel they do not need Mobile banking.*

Keywords: *Mobile banking, Bank Syariah Mandiri, Banking Students.*

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menggunakan Layanan *Mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. Pengumpulan data berupa Observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil Penelitian ini dapat disimpulkan: Penggunaan *Mobile Banking* mempermudah Mahasiswa Perbankan Syariah dalam bertransaksi, *Mobile Banking* membuat lebih aman dalam bertransaksi, *Mobile Banking* membuat mahasiswa memegang kendali dalam melakukan transaksi melalui telephone selulernya, *Mobile banking* dapat menghemat waktu, *Mobile banking* sesuai dengan kebutuhan Mahasiswa yang akan layanan yang cepat. Serta meskipun dibalik kemudahan dan manfaat yang diberikan pada Layanan *Mobile banking* ini masih terdapat juga Mahasiswa Perbankan Syariah yang belum minat menggunakan layanan *Mobile banking* di karenakan: belum memahami/tidak mengerti cara mengoperasikan *Mobile banking*, didaerahnya

tidak terdapat Bank Syariah Mandiri sehingga mereka menggunakan Produk teknologi digital yang disediakan Bank konvensional lainnya, belum memiliki rekening, tidak suka bertransaksi digital suka yang manual saja, merasa tidak membutuhkan *mobile banking*.

Kata Kunci: *Mobile banking, Bank Syariah Mandiri, Mahasiswa Perbankan Syariah.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan Bank Syariah secara Internasional dimulai dengan adanya sidang Menteri Luar Negeri yang diselenggarakan oleh organisasi Konferensi Islam (OKI) di Karachi, Pakistan, Desember 1970. Mesir mengajukan sebuah Proposal pendirian Bank Syariah Internasional Untuk perdagangan dan pembangunan serta proposal pendirian federasi Bank Islam. Isi dari Proposal tersebut intinya adalah mengusulkan bahwa sistem keuangan berdasarkan bunga harus di gantikan dengan suatu sistem kerja sama dengan skema sistem bagi hasil atas keuntungan maupun kerugian.²

Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain sms Banking, internet banking, mobile banking dan lainnya. Saat ini mobile banking menjadi prioritas dalam pengembangan. Proses transaksi non cash bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan smartphone dengan dihubungkan pada jaringan Internet nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat.⁵

Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan syariah melalui layanan aplikasi yang bernama mobile banking. Layanan mobile banking membuka kesempatan bagi nasabah terkhusus mahasiswa untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone.⁶

Salah satu golongan nasabah yang harus diperhatikan dalam penggunaan mobile banking adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat mobile banking, begitu juga dengan mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi terkhusus mahasiswa perbankan. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking.

² Khotibul Umam, *perbankan syariah dasar-dasar dan dinamika perkembangannya di indoneisa*, (jakarta, PT raja grafindo) hlm.22, 2016.

⁵ Fakhrurozi, *faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Mobile banking pada mahasiswa muhamadiyah Surakarta*.

⁶ Aditya wardhana, *pengaruh kualitas pelayanan Mobile banking terhadap kepuasan nasabah di indonesia*. (Jurnal Manajemen, Vol 10 No 2 th 2015) hlm 273.

Di dalam penelitian ini penulis memfokuskan kepada jumlah keseluruhan mahasiswa perbankan syariah dari angkatan tahun 2017-2019, sebagaimana yang tertera pada tabel dibawah ini :

Tabel : 1.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017-2019

No	Angkatan	Lokal	Jenis Kelamin		Jumlah
			Laki-laki	Perempuan	
1	2017	A	9	21	30
		B	7	20	27
		C	8	24	32
		D	12	21	33
2	2018	A	7	22	29
		B	10	22	32
		C	14	14	28
3	2019	A	10	21	31
		B	18	16	34
	Total				276

Sumber : Diperoleh Dari Akademik Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah

Layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri terus mengalami kemajuan dan peningkatan. Bank Syariah Mandiri terus mengoptimalkan sistem pada layanan *mobile banking* dengan menambah lebih banyak fitur- fitur yang yang lebih memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi. Namun di dalam kelebihan yang diberikan dalam Layanan *mobile banking* tersebut masih terdapat mahasiswa yang tidak menggunakan layanan *mobile banking* tersebut yang mana sebenarnya *mobile banking* sudah menjadi kebutuhan untuk bertransaksi di era milenial saat ini. Pada tabel berikut adalah data-data mahasiswa perbankan syariah yang tidak menggunakan *mobile banking* :

Tabel : 1.2 Mahasiswa perbankan yang tidak menggunakan Mobile Banking

NO	Angkatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		laki-laki	Perempuan	
1	2017	15	60	75
2	2018	18	34	52
3	2019	16	24	40
Total				167

Sumber: Diperoleh dari Wawancara dan Link Survei kepada mahasiswa Perbankan Syariah

Di dalam hal mempromosikan maka Bank Syariah Mandiri memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui proses promosi tersebut. Salah satu tujuan dari promosi bank yaitu memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah terkhusus mahasiswa perbankan, maka dari itu pihak bank harus mengambil andil yang begitu besar untuk dapat mempromosikan fasilitas mobile banking ini agar nasabah terkhusus mahasiswa lebih meminati lagi untuk menggunakan fasilitas ini.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : (1) Apa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa perbankan syariah untuk menggunakan layanan mobile banking bank syariah mandiri; (2) Apa faktor yang mempengaruhi ada sebagian mahasiswa perbankan syariah belum berminat untuk menggunakan layanan mobile banking bank syariah mandiri; (3) Bagaimana cara bank mempromosikan layanan mobile banking bank syariah mandiri ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa perbankan untuk menggunakan layanan mobile banking bank syariah mandiri; (2) Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa perbankan syariah belum berminat untuk menggunakan layanan mobile banking bank syariah mandiri; (3) Untuk mengetahui bagaimana cara bank syariah mandiri mempromosikan layanan mobile banking.

II. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Tentang Minat

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia arti minat adalah kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu, keinginan, ataupun gairah.⁷

Menurut Foerthiono & Sadjarto, minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal dan hal tersebut akan mendorongnya untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan.⁸

⁷ "Kamus Umum Bahasa Indonesia,"

⁸ "Ali muhayatsyah, keputusan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhi jurusan baru.e jurnal.hlm.25," t.t.

Agus sujanto mengatakan arti minat pada buku psikologi umumnya adalah minat sama dengan kemauan, maknanya kekuatan yang hidup dan sadar, atau menciptakan sesuatu berdasarkan pikiran dan perasaan. Dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.⁹

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

1) Faktor Intrinsik/ Internal

Menurut Mangkunegara, faktor Internal yaitu faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang. Faktor Instrinsik/Internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri Individu yaitu berarti bahwa suatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya, disini minat datang dari diri orang itu sendiri.¹²

2) Faktor ekstrinsik/ Eksternal

Menurut Anna Afi Hayy dan Agus Suharsono, faktor Eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi Individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Menurut Mangkunegara, faktor Eksternal yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Faktor ekstrinsik ialah faktor dari luar yaitu berarti bahwa suatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar.

3) Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, dengan demikian maka bisa dikatakan bahwa emosional bisa mendorong kuat seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan nya untuk mencapai tujuannya.¹³

⁹ Ida Lailatul Qodriyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Madiun," dalam *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, vol. 4, 2016.

¹² Gelar Luhur Perdana Putra, *Faktor Internal dan Eksternal terhadap Minat Pemuda Untuk berwirausaha di desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri*. hlm 5

¹³ Ibid. hlm 5

Pembentukan Minat dapat dilakukan dengan cara seperti:

- a. Memberikan Informasi yang seluas-luasnya baik keuntungan maupun kerugian yang di timbulkan oleh objek yang dimaksud.
- b. Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- c. Mendekatakan Individu terhadap objek dengan cara membawa Individu kepada Objek atau sebaliknya.
- d. Belajar dari pengalaman.

Sejarah Mobile banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telpon seluler/handphone GSM (*Global for mobile Commicaton*) dengan menggunakan SMS (*Short message service*).¹⁵

Layanan *Mobile banking* Bank Syariah adalah pengembangan dari dua bentuk Inovasi Bank Syariah sebelumnya yaitu SMS Banking dan Internet Banking. Penggunaan layanan *Mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah terkhusus mahasiswa dapat lebih mudah untuk melakukan aktivitas perbankanya tanpa batas waktu.¹⁸

Dengan adanya layanan *Mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah terkhusus mahasiswa dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke Bank¹⁹

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para Nasabah terkhusus Mahasiswa karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekening nya dengan menggunakan handphone jenis apapun.²⁰

¹⁵ Syamsul rizal, *perbankan komputer terori dan praktikum*,(Yogtakarta, th 2018) hlm142.

¹⁸ *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik. Dr.H.Muammar Arafat Yusmad, S.H.,M.H*, 2018.

¹⁹ "Wahyu agus winarno, analisis minat penggunaan *Mobile banking* dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) ,(e jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi,2017) hlm 24,"

²⁰ Wiji nurastuti,*teknologi perbankan*,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2011)hlm.130, t.t.

Promosi Mobile banking

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang Menciptakan pertukaran dalam Pemasaran.²²

Promosi pada dasarnya adalah salah satu komunikasi pemasaran yang berupaya menyebarkan seluruh informasi, membujuk atau mempengaruhi, dan mengingatkan pasar yang akan menjadi sasaran atas produk-produknya supaya masyarakat bisa membeli, menerima atau loyal kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang memproduksi.²³

Dalam praktiknya promosi dapat dilakukan berdasarkan pada tujuan-tujuan sebagai berikut:

a) Modifikasi tingkah laku

Promosi berusaha untuk merubah tingkah laku dan pendapatan serta memperkuat tingkah laku yang ada.

b) Memberitahu

Kegiatan Promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan.

c) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk di arahkan untuk mendorong pembelian.

d) Mengingatn

Promosi dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati Masyarakat.

III. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber data

Ada 2 (dua) jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

²² Arif Yusuf Hamali S.s, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Kencana, 2016).

²³ Joko Salim, *Step by Step Internet Promotion* (Elex Media Komputindo.)

Data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian, yang diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun dari lokasi objek penelitian, atau keseluruhan data dari hasil penelitian yang diperoleh dilapangan. data primer tidak diperoleh melalui sumber perantara atau pihak kedua dan seterusnya.²⁹

Pada penelitian ini data Primer didapatkan dilapangan pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa perbankan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data atau jumlah keterangan yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber perantara. Data ini diperoleh dengan cara mengutip dari sumber lain sehingga tidak bersiat authentic karena diperoleh dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya.³⁰

Data sekunder ini didapatkan dari beberapa dokumen seperti pada buku, jurnal, pustaka lainya serta yang ada di Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Teknik Pengumpulan data

1. Wawancara.

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.³¹

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

²⁹ Sayuti Una, Pedoman penulisan Skripsi, (Jambi: syariah press, 2014), hlm 34

³⁰ Ibid. hlm 34

³¹ Prof. Dr. Sugiyono. *"Metode Penelitian Kualitatif"* th 2018, hlm 114.

2. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan dan fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), proses kerja, dan penggunaan responden kecil.³⁴

Observasi dapat dilakukan dengan partisipasi ataupun nonpartisipasi. Dalam Observasi partisipasi (*Participatory observation*) pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam observasi ini peneliti menggunakan observasi partisipasi, artinya penulis ikut terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.³⁵

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya monumental dari seorang.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Setelah peneliti melakukan pengumpulan data peneliti melakukan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan (*concluding drawing/verification*).³⁷

³⁴ Dr.Sudaryono, "*Metodoogi penelitian kuantitatif,kualitatif,dan Mix method.*" hlm 226

³⁵ Ibid.

³⁷ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif,dan R&D* (Bandung: Alfabeta,2011) hlm.246.

IV. PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa perbankan Syariah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile banking* Bank Syariah Mandiri

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Mandiri berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dalam wawancara tersebut sebagai berikut:

1. Faktor instrinsik

Faktor instrinsik adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu yaitu berarti bahwa suatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya, disini minat datang dari diri orang itu sendiri.

2. Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, dengan demikian maka bisa dikatakan bahwa emosional bisa mendorong kuat seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkannya untuk mencapai tujuannya.

Dari Penjabaran faktor-faktor yang mempengaruhi minat seperti yang tertera diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa perbankan senang menggunakan layanan mobile banking ini karena begitu banyak kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh mobile banking ini.

B. Faktor yang mempengaruhi Mahasiswa Perbankan Syariah belum berminat untuk menggunakan Layanan Mobile banking

Dari hasil wawancara penulis kepada para mahasiswa perbankan syariah masih terdapat juga beberapa mahasiswa perbankan syariah yang masih belum berminat menggunakan layanan mobile banking ini, beberapa faktor mempengaruhi mahasiswa perbankan itu sendiri adalah :

1. Faktor Instrinsik dan Ekstrinsik.

Faktor instrinsik adalah faktor yang berasal dari dalam diri Individu yaitu berarti bahwa suatu perbuatan memang diinginkan sedangkan faktor ekstrinsik adalah faktor dari luar yaitu berarti bahwa suatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar.

2. Faktor Keamanan

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain. Keamanan merupakan topik yang luas termasuk keamanan nasional terhadap serangan

teroris, keamanan komputer terhadap hacker atau cracker, keamanan financial terhadap kehancuran ekonomi dan banyak situasi berhubungan lainnya.⁴⁶

3. Faktor Lokasi.

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan dengan gerai atau toko lainnya yang berlokasi kurang strategis. Indikator lokasi antara lain : ketersediaan parkir, memiliki tempat yang cukup luas, lokasi dilalui banyak transportasi, perusahaan sebaiknya perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk mengembangkannya dimasa depan.⁴⁸

C. Cara Bank Mempromosikan Mobile banking

Promosi mobile banking pada Bank Mandiri Syariah oleh customer service atau pihak bank yaitu:

1. Promosi Secara Langsung/ Personal Selling

Personal selling adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk mencapai penjualan. Dalam personal selling terjadi interaksi langsung, saling bertatap muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak adalah bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Selain customer service, semua bagian karyawan pada bank berperan aktif juga terhadap promosi mobile banking ini, misalnya security. Di dalam bank, security tidak hanya bertugas untuk menjaga kemandirian dan mengawasi ketika bertransaksi saja, security juga berperan dalam mempromosikan mobile banking ini. Ketika mahasiswa datang ke bank, security akan menyambut dan menanyakan keperluan mahasiswa tersebut, kemudian security akan menanyakan mobile banking kepada mahasiswa tersebut apakah telah menginstall mobile banking tersebut, jika belum security akan mengarahkan mahasiswa tersebut ke customer service untuk melakukan penginstallan serta memverifikasi kode aktivasi mobile banking tersebut.

⁴⁶ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/keamanan>.

⁴⁸ Hwndra fure, *lokasi,keberagaman produk,harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehaticalaca*, Jurnal E MBA,Vol.1,No.3.2013 hlm 274

2. Promosi melalui periklanan atau media sosial resmi, pihak bank periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu. Komunikasi yang dilakukan oleh sponsor bersifat massal karena menggunakan media masa atau media sosial seperti : radio, televisi, surat kabar, majalah, brosur, dan sebagainya.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan dianalisa dengan seksama maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi untuk menggunakan layanan mobile banking sebagai berikut : (a) Penggunaan mobile banking ini mempermudah dalam bertransaksi; (b) Penggunaan mobile banking membuat lebih aman dalam bertransaksi; (c) Penggunaan mobile banking dapat menghemat waktu; (d) Penggunaan mobile banking memberikan kendali dalam bertansaksi perbankan.
2. Adapun faktor yang mempengaruhi mahasiswa perbankan syariah kurang berminat menggunakan mobile banking sebagai berikut : (a) belum memahami cara mengoperasikan mobile banking; (b) di daerah tempat sebagian mahasiswa belum terdapat Bank Syariah Mandiri sehingga mereka menggunakan produk teknologi digital yang disediakan Bank konvensional lainnya; (c) belum memiliki rekening; (d) tidak suka transaksi digital ada sebagian mahasiswa suka yang manual karena masih khawatir akan keamanan mobile banking; (e) mahasiswa merasa tidak membutuhkan mobile banking.
3. Bank mempromosikan mobile banking ini melalui personal selling dan sosial media resmi, pihak bank menawarkan langsung kepada mahasiswa yang membuka tabungan dan brosur.

Saran

1. Untuk pihak bank, penulis berharap agar selalu meningkatkan dan menyediakan layanan yang lebih dari sekedar transaksi perbankan, berevolusi jauh lebih baik lagi seiring dengan berkembang nya sangat pesat di era teknologi digital. Masih banyak pelayanan yang harus disediakan lagi pada mobile banking ini agar bisa bersaing

dengan platform-platform diluar yang jauh lebih canggih menyediakan layanan untuk berinvestasi.

2. Untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian ini diharapkan menambahkan variabel lain agar dapat ditemukan hasil penelitian yang beragam dan lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya wardhana, pengaruh kualitas pelayanan *Mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. (Jurnal Manajemen, Vol 10 NO 2 th 2015).

“Ali muhayatsyah, keputusan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhi jurusan baru.e jurnal.

Dr.H.Muammar Arafat Yusmad, S.H.,M.H, 2018. Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik.

Fakhrurozi, *faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Mobile banking pada mahasiswa muhamadiyah Surakarta*

Gelar Luhur Perdana Putra, *Faktor Internal dan Eksternal terhadap Minat Pemuda Untuk berwirausaha di desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.*

Hwndra fure, *Lokasi keberagaman produk, harga dan kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehaticalaca.* Jurnal E MBA, Vol.1, No.3 2013

Ikatan Bankir Indonesia. Mengenal operasional Perbankan 1, 2014. “Kamus Umum Bahasa Indoneisa.

Khotibul Umam, perbankan syariah dasar-dasar dan dinamika perkembanganya di indoneisa, (jakarta, PT raja grafindo) 2016.

Prof.dr.Sugiyono., 2018, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Bandung

Qodriyah, Ida Lailatul. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Madiun.” Dalam FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi, Vol. 4, 2016.

Salim, Joko. Step by Step Internet Promotion. Elex Media Komputindo.

S.s, Arif Yusuf Hamali. 2016, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan.* Kencana

Syamsul rizal, 2018, Perbankan komputer teori dan praktikum, Yogyakarta

“Wahyu Agus winarno, analisis minat penggunaan *Mobile banking* dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) ,(e jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi,2017).

Wiji nurastuti,teknologi Perbankan,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2011)hlm.130.