

**WITH MOBILE BANKING CASE STUDY AT PT. BANK SUMUT KC THE
INFLUENCE OF UNDERSTANDING AND BENEFITS ON INTEREST TO DO
TRANSACTIONS SHARIAH TEBING HIGH**

Desi Ramadani ¹, Sri Fitri Wahyuni ²

¹Department of Sharia Banking, Faculty of Islamic Religion, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

²Lecturer Department of Sharia Banking, Faculty of Islamic Religion, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 9, 2022

Revised April 22, 2022

Accepted 6 July, 2022

Available online July 15, 2022

Keywords: *Benefit, Understanding, and Interest*

Paper type: Research paper

Please cite this article: Ramadani, D, Wahyuni, S, F., "The Influence Of Understanding And Benefits On Interest To Do Transactions With Mobile Banking Case Study At Pt. Bank Sumut Kc Shariah Tebing Tinggi" AL - MUHTARIFIN: Islamic Banking and Islamic Economic Journal [ONLINE], Volume 1 Number 2 (15 July, 2022)

Cite this document:

APA Style

***Corresponding author**

e-mail: ramadanidesi1998@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of understanding and benefit simultaneously on the interest in conducting transactions with Mobile Banking, The location of this research was carried out at PT. Bank SUMUT Sharia Branch Office Tebing Tinggi, Jln. Dr. Sutomo No. 21 Kota Tebing Tinggi, the research time is planned for December 2021 by implementing health protocols. In this study, the population includes PT. Bank SUMUT Syariah KC Tebing Tinggi that uses Mobile Banking services are as many as 350 customer criteria. In this study, partially understanding affects customer interest in using mobile banking as seen from $t_{count} > t_{table}$ ($4.419 > 1.991$) and the significant level is $0.000 < 0.05$, In this study partially Benefits affect customer interest in using mobile banking seen from $t_{count} > t_{table}$ ($6.044 > 1.991$) and the significant level is $0.000 < 0.05$, and the nature of this study simultaneously Understanding and Benefits affect customer interest in using mobile banking because $f_{count} > f_{table}$ ($77,030 > 3.12$) and the significant level is $0.000 < 0.05$, the R Square value is 0.673 or 67.3%

INTRODUCTION

PT Bank SUMUT Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa perbankan juga menyajikan fasilitas layanan *Mobile Banking* bagi para nasabahnya, latar belakang terbitnya *Mobile Banking* pada PT Bank SUMUT Syariah adalah karena ingin memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabahnya, agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, layanan *Mobil Banking* juga dapat mengurangi biaya transaksi pada bank tersebut. latarbelakang terbitnya *Mobile Banking* pada PT Bank SUMUT Syariah adalah karena ingin memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabahnya, agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, layanan *Mobil Banking* juga dapat mengurangi biaya transaksi pada bank tersebut. Layanan *Mobile Banking* pada PT Bank SUMUT Syariah hingga saat ini terus mengalami peningkatan dan kemajuan yang pesat, dengan mengoptimalkan sistem pada pelayanan *Mobile Banking* dengan memberikan fitur yang lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Agar pelayanan yang dikerjakan secara professional akan memeberikan keuntngan yang besar bagi perusahaan dan nama baik perusahaan (Rialdy, 2016)

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas,dapat di identifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Masih rendahnya minat nasabah dalam menggunakan layananan bertransaksi dengan mobil banking
2. Masih rendahnya pemahaman serta kesadaran nasabah dalam melakukan transaksi dengan menggunakan mobile banking
3. Masih kurangnya pengetahuan nasabah akan manfaat yang terdapat pada layanan mobile banking

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemahaman terhadap minat melakukan transaksi dengan *Mobile Banking* pada PT. Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manfaat terhadap minat melakukan transaksi dengan *Mobile Banking* pada PT. Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemahaman dan manfaat seara simultan terhadap minat melakukan transaksi dengan *Mobile Banking* pada PT. Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi

1. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Yudrik Jahja, minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, efektif dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan suatu yang menuntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.Kesenang merupakan minat yang sifatnya sementara.Adapun minat bersifat tetap (persistent) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memeberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus jika tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya (Pradesyah, 2020). Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap suatu objek. Hal ini sperti dikemukakan oleh selameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Sardiyanah, 2018). Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. ya sendiri.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat pada hakikatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan ang sama. menurut Crow and Crow Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

1. Faktor Dari Dalam (*The Factor Inner Urge*), adalah rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap keputusan pembelian, dalam hal inilah seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap suatu produk.
2. Faktor Motif Sosial (*Teh Factor of Sosial*), merupakan minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan motif social, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status social yang tinggi pula.
3. Faktor Emosional (*Emosional Factor*), faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Misalnya, perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membagikan perasaan senang dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang. (Makmum, 2014)
4. Faktor Dari Luar (*Ekstrensik*), yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar. Orang melakukan perbuatan itu karena ia telah diberi dorongan maupun paksaan dari luar. Seperti : lingkungan, orang tua, guru dan lain-lainnya (Daulay & Putri, 2018)

c. Indikator Minat

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan mobile banking yaitu keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut sehingga akan terus menggunakannya untuk masa yang akan datang (Azhar et al., 2019) . Adapun indikator tentang minat ialah sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk

membeli atau menggunakan suatu produk.

2. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mengrefrensikan produk kepada orang lain. (Kotler, 2010)

Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. (Pradesyah, 2017)

2. Pemahaman

a. Pengertian Pemahaman

Menurut Ahmad Susanto pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk dapat menerangkan serta meninterpretasikan sesuatu, hal ini berarti bahwa seseorang yang telah memahami sesuatu maupun telah memperoleh pemahaman akan mampu menerangkan atau menjelaskan kembali apa yang telah ia terima. Selain itu seseorang yang telah memahami hal tersebut, maka ia akan mampu memberikan interpretasi atau menafsirkan secara luas sesuai dengan keadaan yang ada pada sekitarnya, sehingga ia mampu menghubungkan dengan kondisi yang ada saat ini (Makmum, 2014) .Pemahaman adalah kemampuan untuk memahami sesuatu yang berarti mengetahui terlebih dahulu tentang sesuatu hal seta melihatnya dari berbagai segi, menguraikannya, menerangkan, atau memperluas arti dari suatu istilah tersebut (Wahyudi, 2012). Pemahaman menurut Anas Sudjono adalah kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. (Anas, 2019)

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi didalam perincian suatu pemahaman yang timbul ketika nasabah atau konsumen menjabarkan informasi pemasaran yaitu, pengetahuan dalam ingatan, keterlibatan dan lingkungan ekposur. Adapun hal ini dapat jelaskan sebagai berikut :

1. **Pengetahuan dalam ingatan**

Kemampuan memahami suatu informasi pemasaran sedikit banyaknya ditentukan oleh pengetahuan serta ingatan yang ada pada konsumen/nasabah saat ini. Pengetahuan arti dan kepercayaan yang akan ditimbulkan terhadap suatu kondisi pemahaman menentukan tingkat pemahaman yang akan terjadi serta tingkat pemhan yang akan muncul.

2. Keterlibatan

Keterlibatan dalam konsumen pada saat eksposur terjadi memiliki pengaruh besar terhadap motivasi memahami informasi pemasaran.

3. Lingkungan eksposur

Berbagai aspek pada situasi atau lingkungan saat terjadinya eksposur dapat mempengaruhi kesempatan memahami informasi pemasaran seseorang konsumen.

c. Indikator Pemahaman

Menurut Benyamin Bloom dalam Muthya menyatakan bahwa ada tujuh indikator yang dapat dikembangkan dalam tingkatan proses kognitif pemahaman yaitu :

1. **Interpreting (Interpretasi)**
2. **Exemplifying (Mencontohkan)**
3. **Classifying (Mengklasifikasikan)**
4. **Summarizing (Meringkas)**
5. **Inferring**
6. **Comparing (Membandingkan)**
7. **Explaining (Menjelaskan)** (Gunawan & Sari, 2019)

3. Manfaat

a. Pengertian Manfaat

Menurut persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Menurut Davis "Persepsi kegunaan atau manfaat adalah *the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*" yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja terhadap pekerjaannya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi .

b. Indikator Manfaat

Adapun indikator kemanfaatan dalam penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut

1. *Makes job easier* (menambah produktifitas), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
2. *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja penggunaannya.
3. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya. (et al., 2018)

METHODS

Pada suatu penelitian harus dapat menentukan alat analisis yang tepat dan sesuai dengan bentuk serta tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya . Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data korelasional pendekatan kuantitatif, analisis data yang digunakan akan berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pemahaman dan Manfaat terhadap Minat melakukan transaksi dengan *mobile banking*. Alat yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Analisis Regresi Berganda. (Sugiono, 2017)

Dalam suatu penelitian variabel terikat atau sumbu Y akan mempengaruhi oleh variabel bebas atau sumbu X. Oleh karena itu untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang memiliki lebih dari satu variabel bebas maka tidak dapat dilakukan dengan analisis regresi berganda. Persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

RESULT AND DISCUSSION

1. Pengaruh Pemahaman terhadap minat nasabah

Menurut Ngalim Purwanto pemahaman adalah “tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang mampu memahami arti serta konsep, situasi dan fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini, seseorang tidak hanya menghafal secara verbalitas, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang dinyatakan, sehingga dapat membacakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, menginterpretasikan, menjelaskan, mendemostrasikan, memberikan contoh, memperkirakan, menentukan serta mengambil keputusan, dalam penelitian ini secara parsial pemahaman berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dilihat dari t hitung $>$ t tabel ($4.419 > 1.991$) dan taraf signifikan yang bernilai $0.000 < 0.05$.

Dalam penelitian yang dilakukan Ary Muthia dengan judul Analisis Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan menunjukkan bahwa masyarakat kecamatan medan johor memahami layanan digital perbankan dengan tingkat rata-rata pemahaman sebesar 78,75%. Ini menunjukkan variabel pemahaman berpengaruh terhadap minat melakukan transaksi dengan Mobile Banking

2. Pengaruh Manfaat terhadap Minat Nasabah

penelitian ini secara parsial dalam penelitian ini Manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dilihat dari t hitung $>$ t tabel ($6.044 > 1.991$) dan taraf signifikan yang bernilai $0.000 < 0.05$. Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*, membuktikan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Pengaruh manfaat terhadap minat melakukan transaksi dengan Mobile

Banking yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan sistem informasi.

3. Pengaruh Pemahaman dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah

Dalam penelitian ini secara simultan Pemahaman dan Manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dikarenakan f hitung $>$ f tabel ($77.030 > 3.12$) dan taraf signifikan yang bernilai $0.000 < 0.05$, nilai R Square adalah sebesar 0,673 atau senilai 67.3% besaran nilai persentase yang mempengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat sedangkan sisanya 32.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa manfaat dan pemahaman nasabah berpengaruh terhadap minat nasabah juga hasil penelitian yang dilakukan oleh yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kemudahan dan manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah. (Nurdin et al., 2021)

CONCLUSION

A. Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini secara parsial pemahaman berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dilihat dari t hitung $>$ t tabel dan taraf signifikan yang bernilai lebih kecil 0.05.
2. Dalam penelitian ini secara parsial Manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dilihat dari t hitung $>$ t tabel dan taraf signifikan yang bernilai lebih kecil 0.05.
3. Dalam penelitian ini secara simultan Pemahaman dan Manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dikarenakan f hitung $>$ f tabel dan taraf signifikan yang bernilai lebih kecil dari 0.05,

REFERENCES

- Anas, S. (2019). Pengantar Evaluasi Pendidikan (3 ed.). In *MoDuluS: Media Komunikasi Dunia Ilmu Sipil*.
- Anas. (2019). *pengantar Evaluasi pendidikan*. Surabaya: In Mo dulus.
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2019). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Independent Journal of Management & Production*, 10(5), 1662.
<https://doi.org/10.14807/ijmp.v10i5.937>
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*, 1–6.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gunawan, A., & Sari, M. (2019). Analisis Penyaluran Kredit Kepada Masyarakat Dalam Meningkatkan Perolehan Pendapatan (Studi Pada PT . Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiarta Medan) Analysis of Credit Distribution to Society Increase Income Acquisition (Study at PT . The People ' s Credi. 19(1), 67–75.
- Kotler, P. (2010). *manajemen pemasaran*. Jakarta Timur: Erlangga.
- Makmum. (2014). *Psikologi belajar*. Purwokerto: Aswaraja Presindo.
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93–111. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v9i1.1085>
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
<https://doi.org/10.30596/al-sharf.v>
- Rialdy, N. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG JASA ANGKUTAN UMUM TRAYEK 120 PADA PT. RAHAYU MEDAN CERIA MEDAN. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 68–82.

Sardiyannah. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Belajar. *Al-Qalam Jurnal Kajian Islam & Pendidikan*, 10(2), 66–81.

Sugiono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wahyudi, W. (2012). Assesment Pembelajaran Berbasis Portofolio di Sekolah. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 2(1), 288–297. <https://doi.org/10.26418/jvip.v2i1.370>

Wirawan, W., Jufrizen, J., & Rambe, M. F. (2018). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Perbankan Pada Bank Umum Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 18(1), 19–32. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v18i1.2150>