

Analisis Faktor Yang Mendorong Nasabah Menggunakan Layanan Berbasis Online (Studi pada Nasabah Bank 9 Jambi Syari'ah KCP Syari'ah Simpang IV Sipin)

Rts. Yurike Syakila Putri¹, Ridhwan², Yusuf Zaini Aprizal³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Jambi

Email : yurikeputrisyakila@gmail.com

Abstrak

Lembaga keuangan bank adalah lembaga yang melakukan kegiatan-kegiatan di bidang keuangan. Mempunyai peranan dalam memberikan distribusi keadilan dalam masyarakat seperti menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana masyarakat, pengalihan asset (*assets transmutation*), likuiditas (*liquidity*), alokasi pendapatan (*income allocation*), transaksi atau *transaction*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong nasabah menggunakan layanan berbasis online (Studi Pada Nasabah Bank 9 Jambi Syari'ah). Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif Deskriptif. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan Proses pengumpulan data Reduksi data, Paparan data dan Verifikasi atau kesimpulan. Subjek dalam penelitian ini adalah Pihak dari Manajemen Bank dan Nasabah dari Bank 9 Jambi Syari'ah untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan melakukan teknik wawancara dan dokumentasi. Kesimpulan dalam penelitian ini, yakni ada 3 faktor yang menjadi pendorong nasabah dalam menggunakan layanan berbasis online di Bank 9 Jambi Syari'ah yaitu Faktor kebutuhan dari dalam, Faktor motif sosial dan Faktor emosional, Akan tetapi faktor yang paling dominan yakni faktor motif sosial. Adapun layanan berbasis online di Bank 9 Jambi Syari'ah yakni *Internet Banking, Mobile Banking, Virtual Account, QRIS E-From 9* dan *SMS Banking*. Kemudian strategi yang digunakan oleh Bank 9 Jambi Syari'ah yakni strategi Promosi, Tarif dan Proses.

Kata kunci : Layanan Berbasis Online, Faktor Pendorong Nasabah

Pendahuluan

Dunia informasi saat ini seakan tidak bisa terlepas dari teknologi. Penggunaan teknologi oleh masyarakat menjadikan dunia teknologi semakin lama semakin canggih. Komunikasi yang dulunya memerlukan waktu yang lama dalam penyampaiannya, kini dengan teknologi segalanya menjadi sangat cepat dan seakan tanpa jarak.

Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat ini, pepatah yang menyatakan bahwa "Dunia tak selebar daun kelor" sepiantasnya berubah menjadi "Dunia seakan selebar daun kelor". Hal ini disebabkan karena semakin cepatnya akses informasi dalam kehidupan sehari-hari. Kita bisa mengetahui peristiwa yang sedang terjadi di daerah lain atau bahkan di negara lain, misalnya Amerika Serikat walaupun kita berada di Indonesia.

Bank syariah saat ini mengalami kemajuan yang cukup pesat di dunia perbankan. Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip

syariah yang berpedoman utama kepada Al-Qur'an dan Hadist. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan sang Pencipta (Hablumminallah) maupun dalam hubungan sesama manusia (Hablumminannas). Sejak tahun 1970-an perbankan syariah berkembang di berbagai negara dunia, hal ini menjadi solusi perekonomian konsumsi domestik Indonesia. Sebagaimana Allah SWT berfirman yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". [QS. an-Nisa (4):29].

Bank syariah memegang peran yang sangat penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia, hal ini dapat dilakukan dengan menumbuhkan pembiayaan melalui pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat. Dalam perkembangannya konsep perbankan berbasis Syariah menghadapi berbagai tantangan yang ada di setiap provinsi Indonesia.

Sebagaimana Provinsi Jambi, peran Bank Pembangunan daerah Jambi yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat Jambi. Saat ini laju penetrasi internet Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia yang kini sudah mencapai 51%. Angka yang lebih fenomenal terlihat dari jumlah pengguna seluler. Di tahun 2016, diprediksi ada sekitar 371,4 juta nomor seluler yang aktif di Indonesia. Jumlah tersebut bahkan lebih besar dari pada proyeksi jumlah penduduk Indonesia yakni 261,89 juta penduduk.

Dari hasil wawancara pada pihak Bank 9 Jambi Syari'ah simpang IV Sipin, Mengenai jumlah nasabah yang menggunakan layanan berbasis online (*Mobile Banking*). Adapun data nasabah yang menggunakan mobile banking dari lima tahun kebelakang periode 2019-2023 pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Nasabah pengguna layanan berbasis online (*Mobile Banking*) di KCP Simpang IV Sipin.

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2019	-
2	2020	438
3	2021	639
4	2022	1.777
5	2023	1.740
TOTAL		4.594

Sumber : CS(Customer Service) Bank 9 Jambi KCP Simpang IV Sipin

Dalam penelitian ini Faktor yang menjadi mendorong nasabah dalam

menggunakan layanan Berbasis Online yakni faktor minat, Faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang yakni yang pertama adalah Faktor kebutuhan dari dalam. Timbul minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Kedua adalah faktor motif sosial yakni kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada. Ketiga adalah faktor Emosional faktor yang merupakan intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

Literatur Review

Secara etimologis, pengertian bank berasal dari kata "Banco" berarti bangku. Bangku yang dimaksud merujuk pada meja untuk menunjang aktivitas perbankan dalam melayani nasabah. Istilah bangku di kemudian hari terus berkembang hingga istilah bank digunakan dalam kegiatan pelayanan finansial (Arvin, 2022).

Bank mempunyai definisi luas dari berbagai para ahli. Pengertian bank menurut para ahli dimulai dari aturan Undang-Undang hingga pendapat berbagai tokoh. Thomas Mayer, Z. Aliber, dan James D. Duesenberry berpendapat, bank adalah lembaga keuangan berfungsi menciptakan uang dan aktivitas yang berkaitan (Vanya, 2022).

RG. Howtery mengatakan bank merupakan tempat penukaran uang berdasarkan kredit utang dan piutang oleh masyarakat. Singkatnya menurut Howtery, pengertian bank adalah lembaga perantara kredit. RG. Howtery mengatakan bank merupakan tempat penukaran uang berdasarkan kredit utang dan piutang oleh masyarakat. Singkatnya menurut Howtery, pengertian bank adalah lembaga perantara kredit.

Fungsi bank pertama sebagai *financial intermediary* atau perantara keuangan. Sejalan dengan pengertian bank menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bank bertugas menghimpun dan menyalurkan uang dalam masyarakat melalui berbagai produk keuangan. Sehingga pemanfaatan keuangan dapat merata ke seluruh kalangan.(SUMARNI, 2021). Fungsi bank berikutnya adalah *agent of trust* bagi masyarakat, negara, dan pihak-pihak lain yang menggunakan jasanya. Dalam perannya sebagai agent of trust, bank wajib menjadi pihak layak dipercaya dan menggunakan kepercayaan pihak-pihak pengguna jasanya dalam menjaga dan memelihara nilai uang.

Jenis bank menurut fungsinya terbagi menjadi tiga macam, yakni bank sentral, bank umum, dan bank perkreditan rakyat. Bank sentral adalah lembaga keuangan berwenang atas pengelolaan kebijakan moneter suatu negara sehingga stabilitas keuangan mampu terjaga (Karunia, 2016).

Sementara bank umum merupakan bank yang beraktivitas dalam masyarakat secara konvensional atau syariah di bawah naungan bank sentral. Jika bank perkreditan rakyat atau BPR yakni jenis bank yang melaksanakan aktivitas perbankan di luar jasa lalu lintas pembayaran.

Bank sentral punya tujuan untuk menjaga stabilitas harga atau nilai suatu mata uang yang berlaku di negara tersebut. Berdasarkan tujuan tersebut, Bank Indonesia punya tiga tugas utama yaitu:

1. Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter. Tugas ini diarahkan dalam rangka mengendalikan jumlah uang yang beredar dan /atau suku bunga agar dapat mendukung pencapaian tujuan kestabilan nilai uang, sekaligus mendorong perekonomian nasional.
2. Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, yang mencakup sekumpulan kesepakatan, aturan, standar, dan prosedur yang digunakan dalam mengatur peredaran uang.
3. Mengatur dan mengawasi bank. Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, tugas pengawasan perbankan yang dilakukan Bank Indonesia difokuskan pada pengawasan macroprudential.

Sesuai namanya -bank “umum”- memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dengan kata lain dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Berikut jenis usaha bank-bank umum tersebut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan;
2. Memberikan kredit/ pembiayaan;
3. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah;
4. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga; dan Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.

Metode

Peneliti memakai jenis analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian menggunakan teknik kualitatif deskriptif sering tidak termasuk penggunaan perhitungan numerik, tetapi komunikasi ide atau wawancara penelitian yang berkaitan dengan data yang dikumpulkan dari orang yang diteliti (Fatoni & Sidiq, 2019). Kolektif, Peserta atau Individu yang ada pada penelitian deskriptif kualitatif memberikan menggambarkan dan mengamati sebuah peristiwa, kegiatan sosial, sikap, serta pandangan dan lain-lain.

Penelitian ini memiliki sebuah tujuan agar memberikan sebuah gambaran yakni tepat sejalan dan jelas dengan data tentang partisipasi. Studi ini juga sesuai dengan kriteria untuk penelitian yang ada di lapangan. Sesuai dengan data partisipasi, tujuan penelitian ini adalah menyajikan gambaran yang jelas dan tepat. Konsentrasi ini juga sesuai dengan model penelitian yang ada di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Faktor- Faktor Yang Mendorong Nasabah Menggunakan Layanan Berbasis Online

Berdasarkan hasil dari wawancara Faktor yang mendorong Nasabah Bank 9 Jambi Syari'ah yakni ada 3 :

Faktor kebutuhan dari dalam

Dari beberapa nasabah yang menyatakan bahwa mereka mau menggunakan E-banking karena karna sebuah faktor ini diantaranya :

Ibu Sherly Damayanti, Menggunakan e-Banking *"Saya menggunakan karena inisiatif dari diri sendiri dan tentunya sangat mempermudah dalam transaksi serta bisa memajukan bank lokal"* Sedangkan Bapak Nanda aprianda, Menggunakan E-Banking *"Karena inisiatif dari diri saya sendiri karena mempermudah saya dalam transaksi dan lebih efisien karena tidak perlu ke atm untuk melakukan transfer. Akan tetapi saya menyarankan adanya penambahan fitur untuk layanan tersebut agar setara dengan bank lain"* Dari beberapa Nasabah menyatakan karena faktor kebutuhan agar bisa menggunakan E-Banking dimanapun dan kapanpun berada.

Faktor motif sosial

Dari beberapa nasabah yang menyatakan bahwa mereka mau menggunakan E-banking karna sebuah faktor ini diantaranya :

Bapak M. Arifin, Menggunakan E-Banking *"Karena awalnya mendapat tawaran dari pihak bank. Ketika digunakan ternyata mempermudah saya dalam bertransaksi namun terkadang terkendala oleh jaringan kalau sedang di tempat-tempat tertentu yang jaringan internet nya kurang bagus seperti di kampung halaman saya. Ketika saat saya sedang dikampung halaman. Dan juga perlu ada penambahan fitur untuk tiket pesawat karena saya sendiri suka keluar kota."* Bapak Agil, Menggunakan E-Banking *"Karena rekomendasi dari keluarga saya. Keluarga bsaya mengatakan bahwa E-Banking lebih efisien dan gampang digunakan dimanapun."* Bapak Daman, *"Karena teman saya bilang mempermudah untuk transaksi, Setelah saya coba memang mempermudah saya dalam bertransaksi sehingga saya sangat puas, saya tidak perlu banyak membawa uang lagi ketika saat sedang berpergian."* Bapak Randi, *" Saya menggunakan karena tentunya saya mendapatkan tawaran dari pihak bank atau pegawai yang bekerja disana, Setelah digunakan ternyata cukup mempermudah saya. Namun, Untuk trankasksi ke bank lain biaya cukup tinggi dari bank lain. Kalau biasa di bank lain admin 2.500 di bank ini admin ke bank lain yakni 6.500. harapannya semoga pihak bank bisa menurunkan harga admin ke bank lain tersebut."* Dari beberapa nasabah menyatakan karena faktor sosial karena kebutuhan mendapat sebuah pengakuan dilingkungan.

Faktor emosional

Dari beberapa nasabah yang menyatakan bahwa mereka mau menggunakan E-banking karna sebuah faktor ini diantaranya :

Bapak Ulil Amri, Menggunakan e-Banking *"Awalnya saya tidak punya aplikasi tersebut tapi saya mendapatkan notifikasi sms yang membuat saya tertarik untuk menggunakan. Kalau untuk bertransaksi mudah, Karena tidak semua orang menggunakan aplikasi yang sama. Layanan cukup mudah digunakan namun ada rasa ingin beralih ke bank lain yang biasa dugunakan. Dan satu lagi saya menyarankan harus adanya kerja sama oleh pihak bank 9 jambi dengan kantor-kantor agar menggunakan layanan tersebut dalam mengirim gaji atau menerima gaji demi kemajuan Bank 9 Jambi Syari'ah."* Bapak Sofian, Menggunakan e-Banking *"Karena lebih gampang untuk*

digunakan dan tentunya sangat mempermudah saya dalam bertransaksi. Namun, Terkadang sistem error.” Bapak Amin, Menggunakan E-Banking “Karena menurut saya lebih canggih dan sangat efisien untuk digunakan dan sesuai dengan kebutuhan saya.” Bapak M. Renaldi syaputra, Menggunakan e-Banking “Karena lebih mudah digunakan dalam bertransaksi lebih gampang tentunya sangat mempermudah saya. Namun perlu diperbaiki di sistem BI Fast nya.”

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti dapat dari kebanyakan orang, Faktor yang mendorong nasabah menggunakan fasilitas E-banking dengan alasan dan jawaban yang hampir sama yaitu karna Faktor minat, Yang menimbulkan minat pada diri seseorang diantaranya adalah karena Faktor kebutuhan dari dalam, Faktor motif sosial dan Faktor emosional. Sedangkan faktor yang mempengaruhi nasabah Faktor sosial, Faktor Budaya, Faktor personal dan Faktor Psikologi (Mirawati, 2017).

Faktor yang mendorong Nasabah :

1. Minat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat bakat ditunjukkan dengan ketertarikan, kesenangan, gairah serta perhatian lebih terhadap bidang tersebut. Selain itu, minat juga sering kali timbul dari dalam diri seseorang secara naluriah tanpa unsur paksaan dan merupakan hasil pemikiran. Dilansir dari buku Deteksi Minat Bakat Anak, minat yang dimiliki seseorang merupakan hasil dari proses pemikiran, emosi, serta pembelajaran sehingga menimbulkan suatu keinginan untuk mendalami objek atau kegiatan tertentu. Umumnya, minat seseorang akan mulai terlihat pada usia prasekolah sampai dengan usia sekolah. Di usia prasekolah, minat ditunjukkan dengan mengeksplorasi hal-hal baru di sekitarnya dan memiliki inisiatif untuk mempelajari hal baru tersebut (Puspita Marcella & Aprillia Adriana, 2020).

Faktor yang mendorong munculnya minat

Crow dan Crow dalam yuwono dkk (2008), menyebutkan ada tiga aspek minat pada diri seseorang, yaitu:

1. Dorongan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai penggerak untuk melakukan sesuatu.
2. Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan menentukan posisi individu dalam lingkungan.
3. Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukannya.

Faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang :

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Timbul minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional. Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam

menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

Strategi Bank 9 Jambi Syari'ah Dalam Peningkatan Layanan Berbasis Online

Promosi. Promosi merupakan strategi komunikasi dari pemberi layanan kepada penerima layanan untuk memperkenalkan layanan dan mengingat jasa layanannya. Proses promosi merupakan strategi pemasaran layanan Bank Jambi Syariah. Promosi juga digunakan untuk mengubah tingkah laku dan sikap pembeli, dimana semula belum mengenal menjadi mengenali produk dan mengingatnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh narasumber *"Betul, kami melakukan promosi secara massif. Melalui berbagai media, pertama menggunakan layanan sms, dan beriklan melalui benner dan baliho yang kami pasang di tempat strategis"*. Promosi yang dilakukan oleh Bank 9 Jambi secara massif. Upaya yang dilakukan dalam bentuk promosi dilakukan secara fisik hingga memberikan kepercayaan kepada Bank Jambi secara umum kepada masyarakat jambi. Bank Jambi Syariah dipromosikan oleh Bank 9 Jambi yang diawali dengan kegiatan pemasaran dalam memperkenalkan layanan jasa dan mempertahankan nasabah. Kegiatan promosi Bank Jambi Syariah juga dapat menjadi bagian dari mempertahankan nasabah. Kemudahan dalam layanan keuangan juga dapat meningkatkan kuantitas transaksi nasabah. Promosi yang dilakukan Bank Jambi bermula dari masalah-masalah yang dialami oleh nasabah, dengan adanya permasalahan atau kesulitan yang dialami nasabah, bank jambi memberikan solusinya. Sebagai solusi atas menabung dan kemudahan dalam transaksi berbasis syariah maka, kedudukan Bank Jambi Syariah akan melekat di masyarakat Jambi. Bank Jambi KCP Sipin sudah menerapkan layanan syariah. Sebagai layanan yang basis syariah juga harus menerapkan promosi secara syariah. *"Label kita syariah sehingga proses promosi juga syariah. Dalam menawarkan barang yang Rasulullah praktikkan yang tidak melebihi-lebihkan produk untuk tujuan memikat konsumen. Hal ini diperkuat oleh narasumber, karena mereka sudah melihat demo yang diberikan oleh costumer services kami"*. Upaya pengenalan ke masyarakat luas bank jambi juga sering memberikan testimoni dan demo *mobile banking*. Berkembangnya teknologi demo juga dilakukan diyoutube dengan memberikan cuplikan wawancara kepada nasabah sehingga penguatan-penguatan lewat testimoni masyarakat yang menggunakan *mobile banking* syariah semakin terpicat banking (Ulfi Wawancara, 18 September 2024).

Tarif. Tarif memberikan dampak yang besar pada dunia bisnis. Tarif memberikan nilai pertimbangan bagi nasabah dalam menabung. Tarif juga menjadi pembahasan khusus dalam strategi layanan dalam sebuah bisnis. Begitu juga pada strategi layanan Bank 9 Jambi Syariah KCP Simpang IV Sipin. Tarif memberikan porsi yang cukup baik dalam menarik perhatian nasabah *mobile banking* pada Bank 9 Jambi Syariah. dengan sifat terfleksibel, makannya berubah secara cepat sesuai ketentuan yang berlaku. Jasa layanan di Bank 9 Jambi syariah cukup terjangkau. Dilihat dari storan minimum saat membuka tabungan adalah RP. 100.000,- dan RP.50.000, untuk minimal saldo ditabungan. Bank 9 jambi juga menentukan biaya admin saat pembukaan tabungan sejumlah Rp. 10.000,-serta untuk penutupan tabungan Rp. 30.000,-. Selain itu, Tarif yang ditetapkan untuk layanan *mobile banking* pada Bank 9 Jambi adalah Rp. 2.000,- untuk

transaksi di bawah Rp. 5.000.000,- dan tarif Rp. 3.000,- untuk transaksi lebih dari Rp. 5.000.000,-. Tarif tersebut di sertakan ketika nasabah membuka layanan Bank 9 Jambi Syariah. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber secara tersirat, *“Untuk tarif itu relative, tergantung layanan apa yang digunakan. Sangat terjangkau”*. Keterjangkauan tarif pada layanan *mobile banking* memberikan efek yang baik pada loyalitas nasabah, walaupun penentuan tarif merupakan wewenang Bank Syariah pusat banking (Ulfi Wawancara, 18 September 2024). Sistem tarif yang ditawarkan oleh *mobile banking syariah* sangat transparan sehingga, nasabah dapat memilih dalam bertransaksi. Tarif adalah istilah harga yang ditetapkan dari pemberi layanan kepada nasabah dalam menggunakan aplikasi yang digunakan. Harga yakni termasuk unsur pemasaran *“Semua Nasabah Baru Kami rata-rata menggunakan Bank 9 Jambi Syariah.”*

Proses. Proses yakni suatu rangkaian aktivitas untuk mencapai tujuan akhir. Proses yang dimaksudkan bagian ini adalah proses nasabah dalam menggunakan dan menginstall layanan Bank 9 Jambi Syariah. Strategi pemasaran layanan jasa Bank 9 Jambi Syariah menjadi perhatian didalam penelitian ini. Peneliti menilai proses yang rumit, akan mengurungkan niat nasabah dalam menggunakan jasa layanan. Pernyataan peneliti diperkuat oleh narasumber, *“layanan yang mudah dan proses yang cepat selalu menjadi pilihan masyarakat.”* Sesuai tuntutan dunia digital ini pergerakan layanan keuangan harus cepat, transparan dan aman. Kemudahan yang diberikan Bank 9 Jambi akan memberikan kepercayaan dari nasabah. Layanan Bank 9 Jambi Syariah memiliki fitur yang beragam. Upaya mendapatkan fitur-fitur tersebut diharuskan meng-install aplikasi Bank 9 Jambi Syariah. Aplikasi tersebut dapat diunduh dengan gratis di *play store* dengan *key word* *“Bank 9 Jambi Syariah”*. Proses mendapatkan layanan Bank 9 Jambi Syariah melewati proses Registrasi dan Aktivasi Bank 9 Jambi Syariah, dengan media dan dokumen pendukung seperti :

- a. Buku Tabungan Bank 9 Jambi.
- b. KTP asli
- c. Nomor HP yang masih aktif serta tersedia pulsa minimal 500 rupiah di dalamnya.
- d. Mengisi formulir registrasi yang sudah disiapkan.

Empat dokumen tersebut menjadi syarat yang memudahkan nasabah untuk melakukan registrasi Bank 9 Jambi Syariah. Syarat tersebut merupakan syarat yang sudah melekat dengan nasabah, sehingga prosesnya cukup mudah. KTP merupakan sumber keterangan yang menyatakan bahwa nasabah merupakan warga Negara republik Indonesia. KTP yang sudah tersinkron dengan data lain maka, pihak bank lebih mudah dalam mengimput datanya. Buku tabungan merupakan syarat yang dapat ditunjukkan kepada tiap nasabah, hal ini ditujukan untuk mengetahui bahwa nasabah memang benar nasabah Bank 9 Jambi. Nomor HP digunakan untuk proses registrasi dan untuk *OTP* dimana kode *OTP* tersebut bersifat sangat penting dan rahasia. Pada tahap mengisi formulir diharapkan nasabah dapat mengikuti ketentuan dan syarat yang berlaku. Setelah dokumen yang menjadi syarat sudah terpenuhi maka nasabah dapat melakukan registrasi *mobile banking*. Langkah yang dilakukan untuk melakukan registrasi adalah :

- a. Mendatangi kantor Bank 9 Jambi dan membawa empat persyaratan sebelumnya.

- b. Menyerahkan persyaratan yang di butuhkan kepada *Costumer Service* ketika sudah mendapatkan giliran.
- c. Mengisi formulir Registrasi Bank 9 Jambi Syariah.
- d. *Customer service* melakukan proses permintaan Registrasi Bank 9 Jambi Syariah.
- e. *Username* Bank 9 Jambi Syariah akan diberikan oleh *customer service* serta di kirim ke email aktif nasabah untuk kode aktivasinya. Setelah mengikuti tahap (e) nasabah dinyatakan telah selesai melakukan registrasi. Lima langkah tersebut dapat dilakukan kepada setiap nasabah bank 9 jambi. Setelah melewati langkah-langkah tersebut nasabah dapat menggunakan menginstal aplikasi Bank 9 Jambi Syariah banking (Ulfi Wawancara, 18 September 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan *e-banking* pada Bank 9 Jambi Syari'ah KCP Simpang IV Sipin, Adapun jawaban dari tujuan dalam penelitian ini adalah dapat disajikan beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

1. Jenis layanan berbasis online yang ada di bank 9 jambi syariah diantaranya adalah *Internet banking, Mobile banking, Virtual account, QRIS E-from 9 dan SMS Banking*.
2. Ada 3 Faktor yang menjadi pendorong nasabah dalam menggunakan layanan berbasis online yakni faktor kebutuhan dari dalam, Faktor Motif Sosial dan Faktor Emosional. Akan tetapi faktor yang paling dominan dalam penelitian di Bank 9 Jambi Syari'ah KCP Simpang IV Sipin adalah adalah faktor motif sosial. Faktor motif sosial sendiri merupakan kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana tempat ia berada.
3. Strategi yang diberikan oleh Bank 9 Jambi Syari'ah dalam meningkatkan layanan berbasis online, Yakni ada 3 strategi yakni strategi promosi, tarif dan proses. Promosi yang di lakukan oleh Bank 9 Jambi secara massif.

Daftar Pustaka

- Arvin. (2022). *Pengertian Lembaga Keuangan Bank – Definisi, Kegiatan, dan Contoh*. Mekarijurnal.
- Bangkabarat. (2022). Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi Terhadap Karakter Anak. *Website Bangkabaratkab.Go.Id*. <https://www.bangkabaratkab.go.id/detail/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak>
- Bankjambi. (2024). Latar Belakang Bank Jambi. *Website Bankjambi.Co.Id*. <https://bankjambi.co.id/Background-company>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsa, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A.,

- Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Buku Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Dwi, F. (2024). Faktor-Faktor Pendorong Penyalahgunaan Transaksi *TOP-UP E-Wallet* Di Desa Bima Sakti, Kecamatan Negeri Besar, Kabupaten Way Kanan. *Skripsi*.
- ER, N. E. (2018). Analisa Perkembangan Jumlah Outlet Kantor Cabang dan Kebutuhan Frontliners di Era Digital Banking (Studi kasus di Bank Syariah Anak Perusahaan dan UUS Bank BUMN di Yogyakarta). *Iqtisad*, 5(2), 1.
- Fatoni, A., & Sidiq, S. (2019). Analisis Perbandingan Stabilitas Sistem Perbankan Syariah Dan Konvensional Di Indonesia. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 179-198.
- Haji, R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (*BSI MOBILE*) KC Diponegoro Banda Aceh. *Skripsi*.
- Karunia. (2016). Fungsi Dan Jenis-Jenis Bank. *Jurnal Unair* 12-19
- KNEKS. (2023). Kajian Pengembangan dan Pendalaman Pasar Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS). *Kneks*.
- Maftuhah, R. (2018). Jurnal Masharif Al-Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah, Volume 3*,(1), 1-16.
- Menteri, P., & Republik, P. (2019). *Organisasi dan tata kerja kementerian pertahanan*.
- Mirawati. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Pt . Brisyariah Kcp Pringsewu. *Skripsi IAIN METRO*, 12.
- Mulyana, T., Nurhasan, R., & Nurhaeni, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Kepuasan Pengguna Internet Banking pada Nasabah Bank Bri Kantor Cabang Garut, 1-9.
- Nyoman Su partayana, H. S. M. R. M. S. S. (2020). Pelayanan Jasa-Jasa Bank Dalam Kegiatan Usaha Perbankan Di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, 108-108.
- Prasetyawan. (2024). *Pengaruh Regulasitas*. *Skripsi* 29-35
- Puspita Marcella, & Aprillia Adriana. (2020). Faktor-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood Dan Grabfood. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 88-98.
- Rahmah. (2023). Kewenangan Direksi Dalam Pengurusan Perseroan. *Uin Khas*,

01(01).

- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi? *Develop*, 6(1), 33–46.
- Setyaningrat, D., Annas Mushlihin, I., & Zunaidi, A. (2023). Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceedings of Islamic Economics, Business and Philanthopy*, 2(1), 54–76.
- Subagja, D. (2018). Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung (Ssb) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya. *Unikom*, 2009, 49–63.
- SUMARNI, S. (2021). Peran Bank Sebagai Lembaga Perantara (Intermediary) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. *Ganec Swara*, 15(1), 889.
- Umum, P. B. (2019). *Effective Ways Audit Intern Of Studying Departemen Penelitian dan Pengaturan*.
- Valentine, D., & Ginting, A. M. (2024). Faktor Pendorong Penggunaan Layanan Perbankan Digital dan Pengaruhnya terhadap Brand Image. *Media Bina Ilmiah*, 18(6), 1517–1526.
- Vanya. (2022). Pengertian Bank Menurut Beberapa Ahli. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/11/14/130000969/12-pengertian-bank-menurut-ahli?page=all>
- Wahid. (2020). Riset Kebutuhan dan Keinginan Konsumen. *Portal Berita Marketing Dan Berita Bisnis*, Tkt 304, 12. <https://www.marketing.co.id/riset-kebutuhan-dan-keinginan-konsumen/>
- Wibawa Lafaila, Amalia Aisyah, Ramadoni Adam Alfino, Huda Khoirul Muhammad, Alimi Fakhrudin, & Larassaty Ayu Lucy. (2022). Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Siduarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 19–24.
- Yurike. (2023). Peran Dewan Pengawas Syariah Di Bank 9 Jambi Syariah. *Skripsi UIN SUTHA*.
- Yusuf, E. B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2023). Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi sebagai Wujud Penerapan Green Banking. *Istithmar*, 7(1), 34–41.