

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai perilaku nasabah terhadap layanan *mobile banking* perbankan syariah, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nasabah bank syariah memiliki persepsi kegunaan yang tinggi, hal ini disebabkan oleh kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* yang mampu menyelesaikan transaksi perbankan menjadi lebih cepat jika dibandingkan dengan mendatangi kantor cabang secara langsung. Nasabah bank syariah memiliki persepsi kemudahan penggunaan yang tinggi, hal ini disebabkan oleh kemudahan yang dirasakan oleh nasabah ketika mengoperasikan *mobile banking*. Selain itu, sikap nasabah bank syariah positif terhadap *mobile banking*, hal ini disebabkan karena nasabah merasa nyaman dan senang ketika menggunakan *mobile banking* dan menilai bahwa *mobile banking* lebih praktis. Norma subjektif nasabah bank syariah dikategorikan baik, hal ini disebabkan oleh adanya dorongan dan saran dari keluarga untuk menggunakan *mobile banking*, adanya dukungan dari teman terdekat untuk menggunakan *mobile banking* dan adanya anggapan dari orang-orang penting bahwa menggunakan *mobile banking* adalah keputusan yang tepat. Persepsi kontrol perilaku nasabah terhadap *mobile banking* di bank syariah juga dikategorikan baik, hal ini disebabkan nasabah memiliki pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki untuk menggunakan *mobile banking* dan mampu mengoperasikan dan menggunakan *mobile banking* tanpa bantuan orang lain. Tingkat motivasi spiritual nasabah bank syariah dikategorikan tinggi, hal ini disebabkan oleh adanya dorongan untuk melakukan transaksi perbankan dalam rangka memenuhi segala kebutuhan dalam mencapai *kemaslahatan*, adanya keinginan dari hati sendiri untuk menggunakan *mobile banking* dan meyakini bahwa penggunaan *mobile*

banking tidak melanggar aturan syariah/akidah. Nasabah bank syariah memiliki intensi menggunakan *mobile banking* yang tinggi, hal ini disebabkan oleh adanya niat dalam diri nasabah untuk merekomendasikan *mobile banking* kepada keluarga dan teman terdekat serta adanya niat dalam diri nasabah untuk menggunakan *mobile banking* dalam waktu yang panjang. Selanjutnya perilaku nasabah bank syariah dalam menggunakan *mobile banking* di Provinsi Jawa Barat dikategorikan tinggi, hal ini disebabkan oleh nasabah telah menggunakan *mobile banking* dalam waktu yang panjang dan menggunakan *mobile banking* untuk setiap transaksi perbankan.

- b. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Hal ini terjadi karena nasabah merasa mudah dalam memahami dan menggunakan *mobile banking* serta tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikan dan menginstal *mobile banking*. Dengan demikian, tingginya persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah akan memberikan dampak terhadap persepsi kegunaan.
- c. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah. Hal ini terjadi karena nasabah memandang bahwa dengan menggunakan *mobile banking* maka akan memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan dan proses pembayaran tagihan maupun melakukan transaksi lainnya menjadi lebih cepat dan juga nasabah dapat menggunakan *mobile banking* kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, tingginya persepsi kegunaan nasabah terhadap *mobile banking* akan memberikan dampak terhadap sikap nasabah.
- d. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap nasabah. Hal ini terjadi karena nasabah merasa mudah dalam memahami dan menggunakan *mobile banking* serta tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikan dan menginstal *mobile banking*. Dengan demikian, tingginya persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh nasabah akan memberikan dampak terhadap sikap nasabah.
- e. Sikap nasabah terhadap *mobile banking* memiliki pengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena nasabah sudah

merasa nyaman dan senang ketika menggunakan *mobile banking*, meyakini bahwa menggunakan *mobile banking* lebih praktis dan merasa bahwa menggunakan *mobile banking* merupakan keputusan yang tepat. Dengan demikian, positifnya sikap nasabah terhadap *mobile banking* akan memberikan dampak terhadap tumbuhnya minat/intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

- f. Norma subjektif memiliki pengaruh negatif terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Artinya, norma subjektif yang baik tidak akan memberikan dampak terhadap tumbuhnya minat/intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena nasabah yang menjadi responden mereka berminat untuk menggunakan *mobile banking* mayoritas bukan dikarenakan pengaruh dan anggapan dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman dekat, rekan kerja/organisasi dan orang-orang yang dianggap penting. Dengan demikian, dalam penelitian ini norma subjektif bukanlah salah satu faktor yang dapat mendorong minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.
- g. Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena nasabah memiliki kendali penuh atas penggunaan *mobile banking* serta memiliki pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan untuk menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, baiknya persepsi kontrol perilaku yang dimiliki nasabah akan memberikan dampak terhadap tumbuhnya minat/intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.
- h. Tingkat motivasi spiritual memiliki pengaruh positif terhadap intensi menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena adanya dorongan dalam diri nasabah untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking* dalam memenuhi segala kebutuhan untuk mencapai *kemaslahatan* dan adanya keyakinan nasabah bahwa melakukan transaksi perbankan melalui *mobile banking* merupakan salah satu bagian dari muamalah dan penggunaan *mobile banking* tidak melanggar aturan syariah/akidah. Dengan demikian, tingginya tingkat motivasi spiritual yang ada dalam diri nasabah akan

memberikan dampak terhadap tumbuhnya minat/intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

- i. Intensi menggunakan *mobile banking* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena tingginya minat nasabah untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* yang dinilai lebih praktis, efektif, efisien dan aman. Tingginya minat/intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking* akan mendorong nasabah untuk berperilaku menerima dan menggunakan *mobile banking* perbankan syariah.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari penelitian ini jika ditinjau dari segi teoritis bahwasanya penelitian mengenai perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah masih sedikit di Indonesia maupun di luar negeri jika dibandingkan dengan penelitian mengenai perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank konvensional maupun perilaku pada penggunaan teknologi lainnya. Selain itu, penelitian tentang perilaku menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah dengan menggunakan model kombinasi teori TAM dan TPB serta tambahan variabel eksternal tingkat motivasi spiritual juga masih jarang dilakukan, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan di bidang perbankan syariah (khususnya yang berkaitan dengan layanan jasa perbankan syariah berbasis digital).

Selanjutnya implikasi dari penelitian ini jika ditinjau dari segi empiris adalah penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para *stakeholder* perbankan syariah di Indonesia dan memberikan informasi mengenai gambaran umum perilaku menggunakan *mobile banking* di bank syariah yang didorong oleh intensi menggunakan *mobile banking*, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap *mobile banking*, persepsi kontrol perilaku dan tingkat motivasi spiritual. Hal tersebut diharapkan dapat bermanfaat sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dan meningkatkan penggunaan *mobile banking* perbankan syariah di Indonesia.

Adapun implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah bahwa apabila persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan nasabah bank syariah tinggi, sikap nasabah bank syariah terhadap *mobile banking* positif, persepsi kontrol perilaku nasabah bank syariah baik serta tingkat motivasi spiritual nasabah bank syariah tinggi, maka akan menumbuhkan intensi menggunakan *mobile banking* perbankan syariah yang tinggi. Selain itu, intensi menggunakan *mobile banking* merupakan faktor terkuat seseorang dalam melakukan suatu perilaku yaitu menggunakan *mobile banking*. Sehingga, apabila intensi nasabah bank syariah untuk menggunakan *mobile banking* tinggi maka akan meningkatkan perilaku menggunakan *mobile banking* dan akan semakin banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* perbankan syariah. Selain itu, dalam perspektif manajerial penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memainkan peranan penting dalam memediasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan sikap terhadap *mobile banking*. Kemudian dapat diketahui juga bahwa berdasarkan hasil uji *total effect*, variabel tingkat motivasi spiritual juga merupakan variabel prediktor yang memiliki pengaruh total paling kuat terhadap intensi nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, sangat penting bagi perbankan syariah untuk meningkatkan spiritualitas nasabah dan persepsi nasabah akan kegunaan dari layanan *mobile banking*.

Implikasi lainnya adalah bahwa dengan adanya layanan jasa perbankan syariah berbasis teknologi seperti *mobile banking* akan memberikan kemudahan, keefektifan dan keefesienan waktu bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer uang, cek saldo, mutasi rekening tabungan, membayar tagihan listrik, air, maupun dalam menyelesaikan transaksi pembayaran lainnya. Selain itu, dengan adanya layanan *mobile banking* perbankan syariah dapat meningkatkan profitabilitas serta beban operasional bank yang menggunakan *mobile banking* juga lebih kecil, karena bank syariah dapat lebih efisien melayani nasabah dan meningkatkan transaksi nasabah karena kemudahan yang diberikan.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Perbankan syariah harus lebih memperhatikan persepsi nasabah terhadap kegunaan dari layanan *mobile banking* dengan cara melakukan sosialisasi kepada nasabah terkait dengan fungsi dan manfaat dari aplikasi *mobile banking* baik sosialisasi secara langsung maupun melalui publisitas di berbagai media dengan menggunakan *endorser* terpercaya yang mendemonstrasikan manfaat dan kemudahan dari layanan *mobile banking*. Selain itu, perbankan syariah juga harus menyediakan lebih banyak informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengenai layanan *mobile banking* secara detail.
- b. Perbankan syariah juga harus memperhatikan kemudahan penggunaan dari layanan *mobile banking* di antaranya yaitu dengan cara menyediakan fitur-fitur pada aplikasi *mobile banking* yang mudah dimengerti untuk digunakan oleh para nasabah di berbagai kalangan usia dan memperjelas penggunaan bahasa dalam aplikasi. Selain itu, tampilan *mobile banking* juga harus di desain dengan menarik dan mudah dinavigasikan agar mudah untuk menarik perhatian adopter potensial.
- c. Perbankan syariah harus berupaya memberikan citra positif mengenai penggunaan *mobile banking* seperti selalu memperbaiki gangguan sistem teknologi informasi yang ada, agar tidak ada lagi nasabah yang gagal *login* maupun gagal melakukan transaksi.
- d. Perbankan syariah harus berupaya menyelenggarakan lebih banyak seminar dan *workshop* khususnya yang berkaitan dengan produk jasa perbankan syariah yang berbasis teknologi seperti *e-banking* dan seminar tentang *financial technology* di era revolusi industri 4.0. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan nasabah akan hal tersebut yang pada akhirnya akan menumbuhkan minat mereka untuk menggunakan *mobile banking* perbankan syariah.
- e. Perbankan syariah harus berupaya untuk meningkatkan spiritualitas nasabah yakni dengan cara menerapkan pemasaran spiritual pada produk-produk perbankan syariah yang sesuai dengan syariah dan menjunjung tinggi etika dan kejujuran. Sehingga nasabah akan lebih mempertimbangkan apa yang

diputuskan, dibeli ataupun digunakan dapat memberi arti bagi kehidupannya di akhirat kelak.

- f. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya yaitu: **Pertama**, penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah bank syariah yang menggunakan *mobile banking* di Provinsi Jawa Barat saja dan hanya mengambil sampel 100 nasabah, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mengambil studi kasus yang lebih luas dan sampel yang lebih besar. **Kedua**, penelitian ini hanya menggunakan model teori kombinasi TAM dan TPB dengan tambahan variabel eksternal tingkat motivasi spiritual, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan pendekatan teori yang berbeda seperti menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *Mobile Service Quality* (MSQ), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) maupun teori lainnya dan menggunakan tambahan variabel eksternal seperti tingkat religiusitas, persepsi risiko, tingkat keamanan, tingkat kepercayaan, persepsi kenyamanan dan lain sebagainya agar dapat memberikan wawasan baru ke dalam pembahasan perilaku penggunaan *mobile banking* di perbankan syariah.