



1. ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN ACTION (ACEH TRANSAKSI ONLINE) PADA PT. BANK SYARI'AH BANDA ACEH  
*Rifa Nabila, Yulindawati, Ismail Rasyid Ridla Tarigan (Universitas UIN Ar-Raniry)*
2. PENGARUH SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH DAN AKTIVITAS PENGENDALIAN TERHADAP AKUNTABILITAS KEUANGAN PADA BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN PROVINSI ACEH  
*Syamsidar, Desy Purnamasari, Hendri Mauliansyah, Najiba Maisura (Universitas Muhammadiyah Aceh)*
3. PENGARUH DIMENSI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WORM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBILE MARKET PLACE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Kajian Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Kota Sabang)  
*Adelina Ryanti, Seri Murni (Universitas Islam Aceh)*
4. ANALISIS PERBEDAAN LABA MENURUT AKUNTANSI DENGAN LABA FISKAL PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI ACEH  
*Eva Susanti, Emmi Suryani, Nurizka Fitria (Universitas Muhammadiyah Aceh)*
5. PENGARUH DUKUNGAN TEMAN SEJAWAT, KEPUASAN GAJI DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIFITAS PEGAWAI PADA SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DAN WILAYATUL HISBAH ACEH  
*Putri Mauliza., Filia Hanum, Fitriliana, Juwita, Nelly (Universitas Serambi Mekkah)*
6. PENGARUH SOLVABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGY YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021- 2022  
*Noor Laila., Zulkifli Umar, Elviza, Budi Safatul Anam, (Universitas Muhammadiyah Aceh)*
7. PENGARUH PERSEDIAAN BARANG DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN  
*Cut Putri Nauli, Ika Rahmadani, Sari Maulida Vonna, Dewi Sartika (Universitas Teuku Umar)*
8. PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH  
*Cut Hamdiah, Hendri Mauliansyah (Universitas Muhammadiyah Aceh)*
9. PENGARUH MANAJEMEN ASET DAN MANAJEMEN HUTANG TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
*Nabila Nada Savira, Intan Rizkia Chudri, Surya Fatma, Irmawati (Universitas Muhammadiyah Aceh)*
10. RASIO KEUANGAN DAN FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN AGRIKULTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
*Ginanti, Dara Angreka Soufyan (Universitas Teuku Umar)*

## DEWAN REDAKSI

### PEMBINA

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Wakil Rektor Unmuha
3. Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha
4. Para Wakil Dekan Unmuha

Penanggungjawab:

**Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Ketua Penyunting:

**Budi Safatul Anam, S.E., M.Si.**

Wakil Ketua Penyunting:

**Intan Rizkia Chudri, S.E., M.Si.**

Penyunting Pelaksana:

1. **Dr. Dwi Cahyono, M.Si.. Akt.** (Univ. Muhammadiyah Jember)
2. **Dr. Ramli Gadeng, M.Pd.** (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
3. **Dr. H. Aliamin, SE., M.Si., Ak.** (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
4. **Dr. Sri Suyanta, M.Ag.** (UIN Ar-Raniry Banda Aceh)
5. **Taufik A Rahim, SE., M.Si., Ph.D.** (Univ. Muhammadiyah Aceh)
6. **Drs.Tarmizi Gadeng, SE., M.Si.. MM.** (Univ. Muhammadiyah Aceh)

Staf Pelaksana

1. Editor : **Hendri Mauliansyah, S.E., M.Si.**
2. Adm.& Keuangan : **Rusnaldi, SE., M.Si.**
3. Distribusi & Pemasaran : **Elviza, SE.. M.Si.**
4. Pengelola IT : **Devi Kumala, S.Si., M.Si.**

Diterbitkan oleh:

**Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Jl. Muhammadiyah No. 91 Desa Batoh  
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh

# KATA PENGANTAR

## REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan Stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk *text book* yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang bernama Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM), kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu akuntansi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

**Dr. Aslam Nur., M.A**

## KATA PENGANTAR

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan Izin Operasional Program Studi Akuntansi berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1630/D/T/K-I/2009 Tanggal 27 Maret 2009. Selanjutnya pada tahun 2015 Program Studi Akuntansi memperoleh hasil akreditasi "B" dari Badan Akreditasi Nasional berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 004/BAN-PT/Akred/S/I/2015 Tanggal 09 Januari 2015.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Program Studi Akuntansi membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) dengan nomor P.ISSN 2087-9776 dan E.ISSN 2715-3134 yang dikeluarkan oleh PDII-LIPI serta diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Akuntansi volume 12 no.2 Edisi Juli-Desember 2022 ini bisa terbit sebagai kelanjutan dari edisi sebelumnya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Akuntansi se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu akuntansi.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua sehingga kita mampu menerbitkan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh dengan sebaik-baiknya.

Dekan

**Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM.**

DAFTAR ISI

Dewan Redaksi .....	i
Kata Pengantar Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh .....	ii
Kata Pengantar Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Pedoman Penulisan .....	v

Jurnal

<b>1. ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN ACTION (ACEH TRANSAKSI ONLINE) PADA PT. BANK SYARI'AH BANDA ACEH</b> <i>Rifa Nabila, Yulindawati, Ismail Rasyid Ridla Tarigan .....</i>	1-18
<b>2. PENGARUH SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH DAN AKTIVITAS PENGENDALIAN TERHADAP AKUNTABILITAS KEUANGAN PADA BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN PROVINSI ACEH</b> <i>Syamsidar, Desy Purnamasari, Hendri Mauliansyah, Najiba Maisura .....</i>	19-38
<b>3. PENGARUH DIMENSI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WORM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBILE MARKET PLACE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Kajian Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Kota Sabang)</b> <i>Adelina Ryanti, Seri Murni, .....</i>	39-59
<b>4. ANALISIS PERBEDAAN LABA MENURUT AKUNTANSI DENGAN LABA FISKAL PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT INDUK DISTRIBUSI ACEH</b> <i>Eva Susanti, Emmi Suryani, Nurizka Fitria .....</i>	60-77
<b>5. PENGARUH DUKUNGAN TEMAN SEJAWAT, KEPUASAN GAJI DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIFITAS PEGAWAI PADA SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DAN WILAYATUL HISBAH ACEH</b> <i>Putri Mauliza., Filia Hanum, Fitriliana, Juwita, Nelly. ....</i>	78-89
<b>6. PENGARUH SOLVABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGY YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021- 2022</b> <i>Noor Laila., Zulkifli Umar, Elviza, Budi Safatul Anam, i.....</i>	90-107
<b>7. PENGARUH PERSEDIAAN BARANG DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN</b> <i>Cut Putri Nauli, Ika Rahmadani, Sari Maulida Vonna, Dewi Sartika.....</i>	108-123
<b>8. PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH</b> <i>Cut Hamdiah, Hendri Mauliansyah .....</i>	124-139
<b>9. PENGARUH MANAJEMEN ASET DAN MANAJEMEN HUTANG TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</b> <i>Nabila Nada Savira, Intan Rizkia Chudri, Surya Fatma, Irmawati .....</i>	140-157
<b>10. RASIO KEUANGAN DAN FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN AGRIKULTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</b> <i>Ginanti, Dara Anggreka Soufyan .....</i>	158-173

## METODE PENULISAN

### BENTUK NASKAH

Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*Research Paper*) atau artikel ulasan (*Review*) dan resensi buku (*Book Review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

### CARA PENGIRIMAN NASKAH

Penulis mengirimkan 2 (dua) eksemplar naskah serta CD berisi naskah tersebut ke alamat redaksi: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Jl. Muhammadiyah No. 91 Banda Aceh 23245, Telepon 0651-21023, Fax. 0651-21023, e\_mail: [jurnalfeunmuha@yahoo.com](mailto:jurnalfeunmuha@yahoo.com).

### FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 15 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah diserahkan dalam bentuk hardcopy (*print out*) dan softcopy dalam CD. Sistematika penulisan disesuaikan dengan kategori artikel yang akan dipublikasikan di Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

#### A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

##### I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan dan tujuan penelitian.

##### II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

Berisikan referensi yang berhubungan dengan penelitian

##### III. METODE PENELITIAN

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

### B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

#### I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

#### II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

#### III. KESIMPULAN DAN SARAN

### C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku

Naskah ditulis di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 5 s/d 7 halaman, dengan spasi ganda.

Naskah dilengkapi dengan sac sampul buku dirensensi.

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote atau sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut: Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

### Daftar Pustaka

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.

## ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANAN ACTION (ACEH TRANSAKSI ONLINE) PADA PT. BANK ACEH SYARIAH BANDA ACEH

Rifanabila<sup>1</sup>, Yulindawati<sup>2</sup>, Ismail Rasyid Ridla Tarigan<sup>3</sup>

*Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh*

[Rifanabila456@gmail.com](mailto:Rifanabila456@gmail.com), [yulindawati@ar-raniry.ac.id](mailto:yulindawati@ar-raniry.ac.id), [ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id](mailto:ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id)

### Abstrak

Industri perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara. Teknologi berkembang sangat pesat dan semakin modern, perusahaan juga banyak mengembangkan kinerjanya, seperti dalam sektor informasi dan sektor inilah yang membuat perbankan menjadi teradopsi, salah satunya layanan dalam jasa perbankan yang menggunakan smartphone yaitu *Mobile Banking*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja persepsi nasabah terhadap layanan Action (Aceh Transaksi Online) pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh, dan untuk mengetahui dampak kualitas layanan terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan M-Banking Action pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi nasabah terhadap layanan Action sudah bernilai baik bagi banyak nasabah yang memberikan persepsinya karena M-Banking Action bermanfaat dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dibandingkan dengan persepsi tidak baik yang hanya dinyatakan beberapa nasabah saja karena fitur yang terdapat dalam Action masih kurang lengkap. Kualitas layanan juga berdampak terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan M-Banking Action, karena masih ada beberapa nasabah yang masih kurang yakin dalam menggunakan Action jika layanan yang diberikan buruk dan masih ada yang merasa kurang aman dalam menggunakan aplikasi Action.

**Kata Kunci:** Persepsi, Kualitas Layanan, *Mobile Banking Action*

### Abstract

*The sharia banking industry in Indonesia is increasingly developing along with the country's economic growth. Technology is developing very rapidly and becoming more modern, companies are also developing a lot of their performance, such as in the information sector and this sector is what makes banking become adopted, one of which is banking services that use smartphones, namely Mobile Banking. Therefore, this research aims to find out what customer perceptions are of the Action (Aceh Online Transaction) service at Bank Aceh Syariah Banda Aceh branch, and to find out the impact of service quality on customer perceptions in using M-Banking Action at Bank Aceh Syariah Banda branch Aceh. This research uses descriptive analysis as a research approach with a qualitative research type. Data collection techniques use interview and documentation methods. The research results show that customer perceptions of Action services are good for many customers who give their perceptions because M-Banking Action is useful and makes it easier for customers to make transactions compared to the unfavorable perception that only a few customers expressed because the features contained in Action are still incomplete. Service quality also has an impact on customers' perceptions of using M-Banking Action, because there are still some customers who are not confident in using Action if the service provided is poor and there are still some who feel unsafe in using the Action application.*

**Keywords:** *Perception, Service Quality, Mobile Banking Action*

## **PENDAHULUAN**

Industri perbankan syariah di Indonesia semakin tumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara. Perkembangan bank syariah di Indonesia didasarkan pada undang-undang (UU) yang dikeluarkan pemerintah dan pedoman yang dikeluarkan oleh otoritas perbankan. Salah satu undang-undang yang mendasari awal perkembangan bank syariah adalah UU No. 21 Tahun 2008 tentang Bank Umum Syariah yang diterbitkan 16 Juli 2008. Undang-undang tersebut memberikan dasar hukum yang kuat untuk pengembangan sistem perbankan syariah dan mendorong pertumbuhan industri yang lebih cepat.

Layanan perbankan terus memberikan pembaharuan dan peningkatan kualitas fitur produk bank dan layanan bank sesuai kebutuhan nasabah dan masyarakat dalam memanfaatkan transaksi dan layanan perbankan. Meningkatnya pelayanan kepada nasabah dalam memberikan layanan yang berkualitas dan tulus kepada nasabah merupakan prioritas utama dari bank. Peran teknologi di dunia perbankan dinilai mutlak karena sebuah sistem pada perbankan perlu didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya beberapa aplikasi berbasis teknologi yang dapat digunakan dalam berbisnis (Nursiah dkk, 2022).

Saat ini dalam dunia perbankan di ramaikan dengan adanya fitur dari layanan perbankan yang menggunakan jaringan internet sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara *Mobile*. Hal tersebut sangat membantu para nasabah dan bank sehingga mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang hanya menghabiskan waktu dan tanpa terasa telah mengikis pendapatan seseorang. Sebelumnya para nasabah biasanya sudah terbiasa dan cukup puas dengan adanya transaksi Anjungan Tunai Mandiri (ATM) namun seiring berjalannya waktu kepuasan tersebut semakin menghilang karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank dan bahkan harus mengantri untuk menunggu gilirannya (Nurdin dkk, 2020).

Teknologi berkembang sangat pesat dan semakin modern, perusahaan juga banyak mengembangkan kinerjanya, seperti dalam sektor informasi dan sektor inilah yang membuat perbankan menjadi teradopsi, salah satunya layanan dalam jasa perbankan yang menggunakan *smartphone* yaitu *Mobile Banking*. *Mobile Banking* di ciptakan untuk memudahkan para nasabah dan bank untuk melakukan transaksi dalam perbankan, seperti melakukan transaksi pembelian dan pembayaran (Fandi, 2019). Untuk membuktikan bahwa hadirnya *Mobile Banking* telah memenuhi kebutuhan nasabah maka dapat diukur dengan persepsi nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Menurut kamus bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau proses seseorang mengetahui beberapa hal menuju panca indera nya (Rizzal,

2020). Persepsi juga terbagi atas beberapa bagian yaitu persepsi kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan.

Bank Aceh merupakan salah satu bank daerah yang baru memunculkan aplikasi *Mobile Banking Action*, hal ini merupakan terobosan baru bagi Bank Aceh sendiri walaupun kehadiran Action sudah ada di bank-bank manapun. Action (Aceh Transaksi Online) memberi kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun. PT Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh sangat menyadari bahwa kemajuan teknologi bisa membuat pelayanan terhadap nasabah lebih mudah dan terjangkau.

Persepsi Kemudahan Kualitas Layanan Persepsi Kepercayaan Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Persepsi Kemanfaatan mudah dan terjangkau. Untuk mempertahankan eksistensinya. Saat ini jumlah pengguna *Mobile Banking Action* sebanyak 10.489 nasabah (*Playstore dan Appstore*). Tingginya penggunaan Action pada nasabah Bank Aceh menarik untuk dilakukannya suatu penelitian untuk menganalisis faktor apa saja yang membuat nasabah menggunakan layanan yang ada di Action. Action *Mobile Banking* Bank Aceh memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Nasar (2022) melakukan penelitian berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* yang menunjukkan bahwa persepsi dari setiap informan terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* bernilai positif dalam artian *Mobile Banking* memberikan kemudahan dan kemanfaatan bagi setiap nasabah perbankannya. Dengan adanya *Mobile Banking*, nasabah tak perlu repot untuk ke mesin ATM jika ingin melakukan transaksi. Pasalnya, semua fitur yang ada pada aplikasi *Mobile Banking* sudah bisa di akses melalui smartphone kecuali untuk penarikan tunai. Fasilitas perbankan tersebut menjadikan nasabah dimanjakan dengan rasa cepat dalam melakukan transaksi. Penelitian lain yang berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* telah dilakukan oleh Irwanda (2022) yang menyatakan bahwa persepsi baik lebih banyak dibandingkan persepsi tidak baik, karena sebagian besar nasabah terbantu dengan berbagai fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Action yang memudahkan nasabah dalam transaksi sehari-hari.

## **LANDASAN TEORI**

### **Bank Syariah**

Perbankan syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang

membutuhkan 16 dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Ismail, 2016:39). Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara dalam menghimpun dana dari masyarakat serta meyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh Fatma MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga, yang intinya mengharamkan bunga pada bank atau riba (Arif, 2017).

Berikut ini merupakan produk-produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah sebagai berikut:

1. Produk pendanaan (Funding) Produk pendanaan merupakan produk yang dikeluarkan oleh bank kepada masyarakat, dengan produk ini bank dapat memperoleh dan mengambil dana, seperti Tabungan, Deposito, dan Giro.
  - a. Tabungan Sebagai semacam penghematan konsumen, produk tabungan tersedia sesuai permintaan dan pembagian keuntungan minimal. Rekening tabungan adalah semacam setoran bank dari mana uang hanya dapat ditarik dalam keadaan tertentu. Biasanya, bank akan memberi Anda kartu ATM dengan pin unik dan buku tabungan yang merinci semua aktivitas akun Anda (PIN). Tren saat ini menunjukkan bahwa perbankan online dan Mobile menggantikan buku sandi untuk berbagai jenis rekening tabungan. (OJK, 2019).
  - b. Deposito Penarikan terbatas pada periode waktu yang ditentukan dalam kontrak antara konsumen dan bank syariah dan/atau UUS, sebagaimana disyaratkan oleh undang -undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008. Deposito adalah dana yang ditempatkan oleh pihak ketiga dengan pemahaman bahwa bank hanya akan mengizinkan penarikan dalam kerangka waktu tertentu.
  - c. Giro adalah setoran tanpa jaminan yang dibuat di bank oleh pihak luar yang dapat ditarik kapan saja dengan cek, wesel, atau transfer buku.
2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*) adalah produk yang dapat menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan agar masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank dengan memenuhi semua persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yaitu tentang perbankan menjelaskan bahwa pembiayaan adalah dana yang tersedia atau berupa tagihan yang dipersamakan seperti (Al-Arif, 2012):

- a. Mudarabah dan Musyarakah dalam bentuk transaksi bagi hasil.
  - b. Ijarah dalam bentuk sewa menyewa atau Ijarah muntahiya bittamlik ialah sewa beli.
  - c. Transaksi jual beli piutang Murabahah, Salam, dan Istisna.
  - d. Piutang Qardh dalam bentuk transaksi pinjam meminjam.
  - e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa.
3. Produk Jasa Bank Syariah Selain menjalankan fungsinya sebagai pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana, bank syariah juga melakukan berbagai pelayanan jasa kepada nasabah seperti, sharf atau jual beli valuta asing penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama. Keuntungan yang didapatkan di bank yaitu melalui jual beli valuta asing (Al-Arif, 2012).

### ***Mobile Banking***

*Mobile Banking* adalah perangkat yang digunakan untuk memeriksa saldo, melakukan transaksi keuangan, melakukan pembayaran, dan lainnya. Biasa disebut sebagai M-Banking, SMS Banking, dan istilah serupa lainnya. Penggunaan teknologi yang dapat dipakai di alat bergerak seperti ponsel dan lainnya. Definisi *Mobile Banking* adalah penggunaan perangkat mobile untuk melakukan transaksi. Layanan baru yang nyaman bagi nasabah yang disebut "*Mobile Banking*", yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai fungsi perbankan menggunakan perangkat seluler mereka. M-Banking, terkadang disebut sebagai *Mobile Banking*, adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat komunikasi *Mobile* seperti *smartphone*. Tujuan utama *Mobile Banking* lainnya adalah untuk memastikan bahwa konsumennya tidak ketinggalan zaman teknologi dengan tidak menggunakan banyak keuntungan yang ditawarkan oleh media elektronik saat ini. Salah satu saluran perbankan elektronik, *Mobile Banking* adalah aplikasi seluler yang kompatibel dengan sistem operasi Android atau Ios (Imanuddin, 2019).

Pengguna harus terlebih dahulu mendaftar *Mobile Banking* dan mendapatkan *password* dari bank. Pengguna dapat menggunakan menu kartu SIM atau aplikasi perbankan di *smartphone* mereka untuk mengakses fitur-fitur *Mobile Banking*. Jika nasabah menggunakan *Mobile banking* melalui menu kartu SIM, maka nasabah dapat memilih menu sesuai dengan kebutuhannya dan akan diminta untuk memasukkan PIN SMS Banking saat

menyelesaikan transaksi, sedangkan jika nasabah menggunakan *Mobile Banking* melalui aplikasi yang terinstal di seluler, pelanggan harus mengunduh dan menginstal aplikasi terlebih dahulu di perangkat seluler. Untuk menggunakan aplikasi, pengguna harus terlebih dahulu memberikan kata sandi untuk masuk, setelah itu mereka dapat memilih dari daftar transaksi potensial dan diminta untuk memasukkan PIN.

### **Nasabah**

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah terdiri dari dua pengertian yaitu:

1. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Suryani (2017:50) mengatakan bahwa nasabah merupakan unsur penting bagi keberhasilan bisnis perbankan. Semakin banyak nasabah menyimpan dananya di bank, mengambil kredit maupun memanfaatkan produk perbankan lainnya akan meningkatkan keuntungan bagi bank. Kepuasan Pembeli Istilah "kepuasan pelanggan" mengacu pada tingkat kepuasan Nasabah setelah menerima barang atau jasa dari perusahaan.

Ada juga beberapa macam nasabah bank, antara lain (Aniga, dkk: 2016):

1. Nasabah *Retail* merupakan nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah profesional serta *eligible*. *Structured Products* merupakan suatu bentuk produk Bank yang adalah suatu penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrumen keuangan dalam bentuk instrumen keuangan non derivatif dengan derivatif.
2. Nasabah *Eligible* merupakan nasabah yang dapat digolongkan sebagai nasabah profesional jika nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan risiko dari *structured product*.
3. Nasabah Profesional akan digolongkan ke dalam nasabah profesional jika nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, serta risiko dari *structured product*.

Adapun beberapa pihak termasuk ke dalam nasabah, antara lain (Wijayanti, 2019):

1. Badan Hukum Untuk Nasabah korporat, penting untuk memverifikasi legalitas agensi dan otorisasi pihak terkait untuk bertindak atas nama bank. Jelas, ini ada hubungannya dengan hak-hak orang di bawah hukum. Selanjutnya menyangkut kewenangan bertindak untuk nasabah yang bersangkutan, khususnya untuk “keagenan” dan perlu atau tidaknya persetujuan dari komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atas perbuatan hukum tersebut, agar nantinya dapat memperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan.
2. Orang Baik orang dewasa maupun anak di bawah umur termasuk di antara Nasabah bank. Kredit pelanggan dan giro dibatasi untuk mereka yang berusia 18 tahun ke atas. Sementara itu, anak di bawah umur dapat menjadi nasabah simpanan atau menggunakan jasa bank lain, seperti nasabah bekerja untuk transfer dan sebagainya. Sanksi yang mengikat secara hukum yang disepakati antara bank dan konsumen seperti anak kecil telah diberlakukan.

## **Persepsi**

Dari sudut pandang islam persepsi adalah proses manusia untuk memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk mencium, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia untuk menjadi suatu pemahaman (Sarlito, 2014:24). Persepsi meliputi aktivitas menerima stimuli, mengorganisasi stimuli tersebut, dan menerjemahkan atau menafsirkan stimuli yang terorganisasi tersebut sedemikian rupa hingga ia dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap. (Winardi,2015).

Kartiniwati (2019) menjelaskan definisi persepsi kemanfaatan yaitu dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Keuntungan itu diyakini oleh individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Nasabah yakin bahwa dengan memanfaatkan produk atau teknologi informasi tersebut akan memberikan kontribusi positif bagi dirinya (Hadi dan Novi, 2015). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Menurut Iqbaria dalam Amijaya (2010) kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Kepercayaan adalah suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi

tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian (Farizi, 2014). Menurut Firmansyah (2018) kepercayaan konsumen merupakan pengetahuankonsumen pada suatu objek, atribut, dan manfaatnya dimana kepercayaan bersama sikap dan perilaku berkaitan dengan atribut produk.

Menurut (Slameto, dkk: 2014) menjelaskan bahwa ada dua macam bentuk persepsi yaitu: Persepsi positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan meju pada suatu keadaan dimana subyek yang mempersepsikan cenderung menerima obyek yang ditangkap sesuai dengan pribadinya. Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menunjuk pada keadaan dimana subyek yang mempersepsi cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan kepribadiannya.

### **Kualitas Layanan**

Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik (Lovelock dan Wirtz, 2011).

Kehadiran kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di bank dapat bervariasi dalam konteks layanan perbankan lainnya termasuk layanan teknologi, layanan perbankan seluler, E-banking dan layanan pembagian digital dan sebagainya. pemeriksaan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan yang disediakan oleh semua bank di berbagai fase layanan keuangan perbankan dan inklusi keuangan merupakan bidang penelitian yang sangat penting. Pada dasarnya seorang konsumen pasti menginginkan pelayanan yang prima, dan jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai bahkan melebihi harapannya tentu dia akan merasa puas.

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian kualitatif.. Populasi dalam penelitian ini adalah 10 Nasabah dari cabang BAS Banda Aceh. Peneliti menggunakan metode yang disebut "pengambilan sampel insidental"

untuk mendapatkan tanggapan dari peserta. Dalam metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai "pengambilan sampel insidental," siapa pun yang diteliti oleh peneliti secara kebetulan memenuhi syarat untuk dimasukkan jika mereka dianggap sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka lokasi penelitian akan dilakukan pada nasabah PT. Bank Aceh cabang Banda Aceh. Alasan peneliti melakukan penelitian di PT. Bank Aceh cabang Banda Aceh yaitu, karena kota Banda Aceh merupakan kota yang paling maju diantara kabupaten lainnya yang ada di Aceh baik secara ekonomi maupun pendidikan dan sebagaimana besar masyarakat Banda Aceh sudah menggunakan aplikasi Action tetapi di luar faktanya masih banyak nasabah juga yang tidak menggunakan aplikasi Action, dikarenakan pemahaman terhadap penggunaan dan resiko tentang mobile banking masih awam dan banyak nasabah tidak mengetahui layanan Mobile Banking yang ditawarkan oleh pihak bank, nasabah hanya mengetahui bank itu hanya tempat untuk mengirim uang dan menyimpan uang dengan cara datang ke Bank Langsung. maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi nasabah pada Bank Aceh cabang Banda Aceh terhadap layanan Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action).

Penelitian terfokus pada persepsi nasabah terhadap kualitas layanan Mobile Banking Action Bank Aceh Syariah di kota Banda Aceh dimana objeknya adalah PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh. Dalam penentuan subjek pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan memilih subjek yang sesuai dengan hal-hal yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam penelitiannya. Dengan kata lain, *Purposive Sampling* mengacu pada subjek-subjek dengan syarat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti itu sendiri (Basrowi dan Suwandi, 2008).

Subjek pada penelitian ini berjumlah 10 orang informan, yaitu nasabah pada PT Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.1 Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang dibutuhkan yaitu kata-kata dan tindakan orang yang diamati dan diwawancarai merupakan data utama (primer).

Metode analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data (Data Reduction) Reduksi data merupakan data yang tersedia dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara cermat dan rinci (Sugiyono, 2010).

2. Penyajian Data (Data Display) Penyajian data adalah aktivitas menyajikan data hasil penelitian yang memungkinkan peneliti mengambil kesimpulan sementara sehingga dapat merencanakan tindakan berikutnya apabila ada data yang tidak lengkap, perlu klarifikasi, atau sama sekali belum diperoleh (Martono, 2015).
3. Penarikan Kesimpulan (Verification/ Drawing Conclusions) Penarikan Kesimpulan adalah kesimpulan yang mungkin dapat menjawab masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak (Sugiyono, 2010).

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis kualitatif deskriptif tentang persepsi dari nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh tentang Action. Proses selanjutnya adalah mencari dan Menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam kategori dan menguraikannya dalam unit-unit, dan menyusunnya agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif (Adhi dkk,2019)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Layanan Mobile Banking Action (Aceh Transaksi Online)**

Layanan Mobile Banking Action adalah suatu fasilitas Mobile banking Bank Aceh Syariah bagi para nasabahnya, yang memiliki akses ke rekening tabungan nasabah untuk melakukan transaksi secara online, aplikasi ini dapat digunakan di mana dan kapanpun melalui ponsel. Fitur- fitur yang terdapat pada aplikasi Mobile Banking Action tidak berbeda jauh dengan pelayanan ATM Bank Aceh Syariah, antara lain pengecekan saldo, transfer saldo, pembayaran kebutuhan sehari-hari, pembayaran zakat, dan lain-lainnya.

Hasil persepsi positif dan negatif dapat dibuktikan dengan persepsi masyarakat terhadap aplikasi mobile Banking Action (Aceh Transaksi Online) sudah cukup memuaskan karena dengan adanya aplikasi ini dapat membantu aktivitas masyarakat untuk melakukan segala macam transaksi tanpa harus datang ke bank dan tidak memakan waktu yang lama,

karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Action sangat membantu mereka dalam kegiatan bertransaksi sehari-hari, seperti fitur E-Wallet, menu transfer, dan pembayaran lainnya yang sangat sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang diberikan oleh Informan 5 (PNS) yang menyatakan bahwa pelayanannya sangat bagus, karena selama ia menggunakannya tidak ada masalah apa-apa justru sangat membantu kehidupannya dengan tidak membuang waktu harus melakukan transaksi ke bank langsung. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang diteliti oleh Deni Widya Santi (2021) mengatakan bahwa Mobile Banking sendiri merupakan layanan yang diberikan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi. Pelayanan dapat diinterpretasikan suatu aksi atau kegiatan individu atau organisasi sebagai maksud mempersembahkan kepuasan untuk nasabah, maupun sesama pegawai. Dalam perbankan, bisa diartikan bahwa pelayanan sebagai sebuah sikap, perilaku, atau dengan tujuan untuk memudahkan nasabah, memberikan informasi atau memberikan kepuasan. Pelayanan merupakan rangkaian kegiatan yang ditawarkan individu atau organisasi kepada pelanggan. Pelayanan dikatakan berhasil apabila nasabah menunjukkan feedback positif seperti misalnya mengulang pembelian produk atau jasa yang ditawarkan organisasi tersebut.

Berikut ini akan membahas tentang persepsi nasabah berdasarkan indikator persepsi dengan jumlah informan sebagai berikut:

Hasil penelitian menggunakan tiga indikator persepsi dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkatan sejauh mana individu percaya bahwasanya dalam menggunakan sistem teknologi tertentu bakal terhindar atas usaha (mudah) (Mazzon dan Hernandez, 2010). Persepsi kemudahan merupakan tingkatan kepercayaan bahwa dalam pemakaian sistem teknologi tentu terhindar atas upaya yang keras maka dapat mengimbangi reaksi penetapan ketetapan dalam menggunakan sistem teknologi. Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang diberikan oleh Responden AZ (Pengusaha) dia merasa dengan adanya aplikasi Mobile Banking dapat mempermudah proses transaksi dalam pembayaran tiket pesawat dan kereta api. Pada penarikan tunai, Action sudah memiliki fitur penarikan tunai di mesin ATM, yang membuat masyarakat tidak harus selalu membawa kartu ATM Bank Aceh Syariah untuk melakukan transaksi di mesin ATM. Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang diberikan oleh Responden MM (PNS) yang menyatakan bahwa Action sudah memiliki fitur tarik tunai yang dapat

mempermudah ia jika lupa membawa kartu ATM. Oleh karena itu jika sewaktu-waktu lupa membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang di ATM sekarang sudah menjadi lebih mudah, itu menjadi tolak ukur bagi Bank Aceh Syariah untuk lebih berkembang lagi kedepannya Layanan E-Wallet pada aplikasi Action mobile banking hanya bisa menggunakan 3 item top up, yaitu LinkAja, Gopay, OVO, dan PengCard e-Money. Nasabah beranggapan bahwa aplikasi Action harus menambahkan beberapa fitur layanan pada E-Wallet seperti top up Shoope Pay, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Fitur EWallet dapat diakses 24 jam seperti fitur lainnya, dengan biaya administrasi pada setiap transaksinya. Hal tersebut seperti yang dirasakan oleh informan N (Pengusaha) yang menyatakan bahwa harus ditingkatkan lagi menu untuk pembayaran top up seperti Lazada, blibli, bukalapak, dana, dan Tokopedia. Selebihnya menurutnya aplikasi ini sudah cukup bagus tetapi harus ditingkatkan lagi. Pendapat tentang kemudahan juga dirasakan oleh Nasabah cukup terbantu dengan hadirnya layanan E-Wallet pada aplikasi Action, karena dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan top up, seperti yang dirasakan oleh seorang SR (mahasiswa) yang memberikan persepsi bahwa fitur E-Wallet sangat mempermudah ia dalam melakukan top up ovo dengan sangat cepat tanpa ada kendala harus datang ke Indomaret atau Alfamart

## 2. Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan merupakan tingkatan individu meyakini apabila pada pemakaian suatu sistem informasi mampu memajukan produktivitas, kinerja, afektivitas penggunaannya. Fitur ZIS (Zakat Infaq Sedekah) dapat membuat nasabah bisa selalu berbagi kepada sesama tanpa harus face to face dengan masyarakat atau tanpa harus datang ke Baitul Mall. Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang diberikan M (PNS) yang menyatakan bahwa Action mobile memang aplikasi yang sangat bermanfaat dan canggih karena memiliki berbagai fitur Islami yang dapat membantu saya melakukan transaksi pembayaran, bersedakah, dan membayar infaq. Layanan Action juga bermanfaat karena adanya layanan PDAM dan pembayaran listrik yang membuat urusan rumah tangga menjadi lebih gampang dengan layanan ini nasabah tidak perlu pergi ke tempat pembayaran PDAM, seperti yang dikatakan oleh MAP (Mahasiswa) ketika melakukan pembayaran PDAM ia tidak perlu datang lagi ke Indomaret untuk membayar tagihan PDAM, hanya dengan aplikasi ini sudah menghemat waktu tanpa harus antri di Indomaret. Pendapat lain juga disampaikan oleh EPS (Pengusaha) yang

menyatakan bahwa Layanan pembayaran listrik sangat bermanfaat untuk membantunya dalam membayar listrik tanpa harus keluar rumah untuk melakukan pembayaran listrik dan dapat dilakukan di kondisi darurat seperti pada malam hari yang tiba-tiba kehabisan token listrik.

### 3. Persepsi Kepercayaan

Menurut Colquitt (2018) dalam suatu bisnis kepercayaan pada pengguna sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap Tingkat kelayakan pengguna sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan. Layanan Mobile banking Action sudah menjamin keamanannya dengan cara menggunakan MPIN untuk login ke aplikasi Action, dengan cara nasabah harus benar-benar menjaga MPIN dengan baik jangan sampai seseorang mengetahuinya, tetapi dari beberapa nasabah masih kurang percaya dengan keamaannya walaupun sudah menggunakan MPIN. Hal ini selaras dengan pernyataan informan R (Pengusaha) yang menyatakan bahwa ia merasa kurang aman saat menggunakan aplikasi Mobile Banking Action karena aplikasi tersebut hanya perlu memasukkan PIN di awalnya saja saat membuka aplikasinya, tetapi saat mengecek saldo, melihat mutasi dan fitur-fitur lainnya yang terdapat di aplikasi Action tidak perlu mengulang untuk memasukkan PIN kembali. Sebagian informan ada yang sudah merasa percaya saat menggunakan aplikasi Mobile Banking Action ini seperti salah satu informan M (pengusaha) yang memberi persepsi bahwa ia sudah sangat percaya dalam menggunakan Aplikasi Action ini karena sudah merasa terbantu selama hadirnya aplikasi tersebut ia merasa sistem pada Action Mobile tidak pernah salah dalam memproses transaksi dan selalu akurat yang membuatnya yakin dan percaya untuk terus menggunakan aplikasi Action Mobile. Pada menu layanan telepon, ada 3 macam transaksi pembayaran yaitu pembayaran pulsa dengan nominal dari Rp 25.000 sampai Rp 1.000.0000 dengan biaya administrasi Rp 1.500 dan hanya bisa menggunakan operator Telkomsel, XL dan Indosat. Selain itu ada juga layanan pascabayar dan pembayaran telepon rumah. Ada juga layanan data internet dengan daftar paket dari Rp 15.000 sampai Rp 200.000 dengan operator yang tersedia adalah Telkomsel dan XL. Layanan ini sangat membantu nasabah dalam pembelian pulsa dan paket internet. Hal ini selaras dengan pernyataan informan RJ (mahasiswa) yang menyatakan bahwa aplikasi Action ini juga dilengkapi dengan layanan telepon yang membuatnya cukup terbantu dan percaya dalam membeli pulsa smartphone sendiri yang

sudah terjamin pulsanya akan masuk dengan mudah dan cepat tanpa harus datang ke konter pulsa cukup dengan menggunakan layanan telepon yang ada di aplikasi Action saja kemudian jika ia kehabisan pulsa pada malam hari, ia tidak perlu repot untuk keluar rumah lagi.

### **Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Action.**

Dari beberapa persepsi di atas disimpulkan bahwa kebutuhan nasabah yang beraneka ragam dalam melakukan transaksi perbankan menjadikan Action harus dapat hadir untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut melalui berbagai fitur yang lengkap. Dengan penggunaan layanan mobile banking nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh sudah tidak perlu lagi mengantri di Bank untuk melakukan transaksi perbankan, tetapi hanya dengan menggunakan smartphone nasabah sudah bisa melakukan transaksi tersebut. Inilah yang menjadi alasan bagi nasabah tertarik menggunakan layanan mobile banking Action. fitur layanan yang ada di aplikasi Action sangat bermanfaat mulai dari layanan transfer baik itu sesama Bank Aceh Syariah maupun antar bank lain, fitur E-Wallet yang sudah dilengkapi dengan pembayaran (Link Aja, OVO, dan Gopay), fitur pembelian pulsa, internet, listrik, dan PDAM. Selain itu Action juga sudah dilengkapi dengan layanan ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah) yang membuat nasabah sudah bisa membayar zakat atau bersedekah tanpa harus datang ke Baitul Mal. Aplikasi Action dilengkapi juga dengan fitur islami yang bisa mempermudah nasabah dalam melihat arah kiblat dan melihat waktu sholat, kemudian Action juga dilengkapi dengan layanan pendidikan mahasiswa khususnya mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Universitas Teuku Umar karena mereka dapat membayar uang SPP perkuliahan tanpa harus antri ke Bank Aceh Syariah.

Dengan kelebihan yang terdapat pada layanan Action yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi ternyata layanan Action juga mempunyai beberapa kekurangan. Kekurangan yang masih sering terjadi pada Action yaitu secara sistem masih dibutuhkan banyak penyempurnaan misalnya jaringan mendadak offline yang mengakibatkan transaksi tidak dapat diproses serta waktu loading aplikasi cukup lama. Persepsi dari pihak lain juga muncul dari salah satu karyawan Bank Aceh Syariah, beliau mengatakan bahwa Action sudah menjadi preferensi didalam kalangan nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh karena berbagai fitur yang ditawarkan aplikasi Action sangat membantu kegiatan

bertransaksi mereka mulai dari transfer, pembelian pulsa, data internet, token listrik, QRIS, pembayaran PDAM, dan lain sebagainya.

Tetapi dibalik itu semua masih ada kendala yang dialami masyarakat yang pertama yaitu sistem jaringan yang bermasalah meliputi jaringan internet ataupun Mobile Banking itu sendiri. Fitur pada layanan Action juga masih belum lengkap, beberapa nasabah mengharapkan adanya penambahan fitur-fitur lainnya. Untuk penambahan fitur layanan seperti yang diharapkan oleh nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh yaitu pada pembelian pulsa telepon dan internet. Selain itu nasabah juga berharap kedepannya Action bisa menjadi salah satu aplikasi transaksi terbaik di Aceh melalui perbaikan pada layanan E-Wallet yang masih dianggap kurang memadai seperti belum adanya Shoope Pay, Lazada, Tokopedia, dan Blibli. Pada fitur Pendidikan juga perlu penambahan seperti penambahan Universitas, sedangkan pada fitur Telepon dan Internet layanan kartu Indosat dan 3 (Tri) belum ada lagi yang membuat masyarakat masih harus ke kios pulsa untuk membeli data internet, dan Action juga belum ada fitur penarikan tunai di ATM yang membuat masyarakat harus selalu membawa kartu ATM untuk melakukan penarikan uang, serta memunculkan inovasi terbaru agar masyarakat tidak pindah ke bank lain.

Nasabah membutuhkan sesuatu yang sederhana, tidak membuang waktu mereka, dapat diakses dari mana saja, kapan saja dan merasa aman. Saat ini nasabah tertarik pada produk yang apabila produk tersebut dapat menghemat waktu dan menguntungkan bagi mereka, aplikasi Action bisa menjadi peluang besar bagi pihak Bank Aceh Syariah untuk mempromosikan dan mengembangkan produk mobile banking Action pada nasabah. Oleh karena itu, sistem layanan mobile banking Action yang disediakan oleh pihak Bank Aceh Syariah membuat transaksi menjadi lebih nyaman dan praktis, layanan mobile banking Action mampu memberikan aksi nyata dengan meminimalisir jumlah nasabah yang datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Tetapi pihak Bank Aceh Syariah harus melakukan perbaikan terhadap layanan Action dengan memperbanyak lagi fitur-fitur yang terdapat pada layanan Action, membuat layanan terbaru yang belum terdapat pada layanan mobile banking lainnya, menjamin kualitas keamanannya, sehingga membuat nasabah merasa puas dan aman dengan hadirnya mobile banking Action tidak merasa menyesal saat menggunakan mobile banking Action agar tidak ada lagi persepsi negatif yang muncul pada kalangan nasabah agar selalu merasa nyaman pada saat mengakses aplikasi Action.

## SIMPULAN

1. Persepsi nasabah terhadap layanan Action sudah bernilai baik dibandingkan dengan persepsi tidak baik. Bernilai baik karena Nasabah dapat merasakan layanan transaksi Mobile banking Action seperti pembayaran listrik, transfer dana, informasi saldo, QRIS, top up, pembelian pulsa smartphone atau paket internet dan pembayaran tagihan yang dapat diakses 24 jam. Bernilai tidak baik karena aplikasi Action biaya administrasinya masih cukup mahal, kurangnya fitur pembayaran pada layanan e-Wallet, dan aplikasinya masih sering error.
2. Kualitas layanan berdampak terhadap persepsi nasabah yang masih kurang yakin dalam menggunakan Action Mobile Banking. Layanan yang diberikan masih buruk dan masih ada yang merasa kurang aman dalam menggunakan aplikasi Action, seperti hanya perlu memasukkan PIN di awalnya saja saat membuka aplikasinya, tetapi saat mengecek saldo, melihat mutasi dan fitur-fitur lainnya yang terdapat di aplikasi Action tidak perlu mengulang untuk memasukkan PIN kembali.

## REFERENSI

- Achmad Fandi. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 2019. 2 (1)
- Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiro. (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Al Arif, M. N. R. (2012). Lembaga Keuangan Syariah: Jakarta: Rajawali. Ali Rama. Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Jurnal Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. 2, No. 1. 2013, Hlm 35
- Aniga, S., dan Hariyanto, E. (2016). Pengaruh Jenis Nasabah Dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Terhadap Profit Margin Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Iqtishadia Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 3(1), 87-99.
- Atmadjati, A. (2018). Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini. Bandung: Alfabeta.
- Basrowi dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008). Hlm. 188.

- Hermawan, S. (2018). Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences)
- Hernandez, Jose Mauro C. dan Mazzon, Jose Afonso. 2007. "Adoption of Internet Banking: Proposition and Implementation of An Integrated Methodology Approach", *International Journal of Bank Marketing*, 25(2), 72-88.
- Irwanda, Z. (2022). Aplikasi Mobile Banking Bank Aceh Syariah (Action) Studi Persepsi Pada Generasi Milenial
- Ismail. 2016. Perbankan Syariah. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kartiniwati. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millenials Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Bank Syariah Mandiri KC Banda Aceh). (Skripsi). tidak dipublikasi. Banda Aceh: UIN Ar-raniry
- Lovelock, C., dan Wright. L. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua). Jakarta: PT Indeks.
- Muhammad Rizzal Ali Nasrullah. (2020). Analisis Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Kolomayan-Wonodadi-Blitar). Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung.
- Nasar. (2022). Analisis Persepsi dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bara Kota Palopo).
- Nursiah., Felish, Muh., dan Kamaruddin, Jamaluddin. 2022. Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 19(1).
- Nurdin, Nurdin., Musyawarah, Indah., Nurfitriani, Nurfitriani., Jalil, Abdul. 2020. Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. 2 (1)
- OJK. (2019). Perbankan Syariah. Diambil dari <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/entangsyariah/Pages/PerbankanSyariah.aspx>
- Sarlito, W. Sarwono. (2014). Psikologi Lintas Budaya, Jakarta: Rajawali Pers.
- Slameto, S., Haryadi, F. T., dan Subej, S. (2014). Pengaruh Persepsi Karakteristik Inovasi Terhadap Efektifitas Pembelajaran Sekolah Lapang Pengelolaan Tanaman Terpadu Padi Sawah pada Beberapa Komunitas Etnis Petani di Lampung. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 9(1), 43-57.

Sugiyono. Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi. Bandung: Alfabeta, 2013.  
Sunyoto, Danang (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta, CAP (Center for Academic Publishing Service)

Suryani, Tatik. 2017. Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global. Jakarta: Prenadamedia Group.