

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN MOBILE BANKING PADA
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
(STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

LIFTI INDRIYANI

NPM : 1751020063



Program Studi : Perbankan Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN RADEN INTAN LAMPUNG

1444 H/2023 M

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN MOBILE BANKING PADA
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
(STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

LIFTI INDRIYANI

NPM : 1751020063

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr .Moh.Bahrudin, M. Ag

Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023 M**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia. Teknologi mobile banking merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia kepada nasabahnya agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dalam penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji normalitas, multikolinieritas, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 20 for windows. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-0,104 < 1,98580$ dan nilai signifikansi sebesar $0,918 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau sebesar $4,663 > 1,98580$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu, kemudahan dalam penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, dan kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, serta secara simultan kemudahan dalam penggunaan dan kegunaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Kata kunci : Kemudahan dalam penggunaan, Kegunaan, dan Mobile Banking.

ABSTRACT

The rapid development of information technology affects almost all aspects of human life and activities. Mobile banking technology is a type of service provided by Bank Syariah Indonesia to its customers so that customers can carry out banking transactions anytime and anywhere at any time without having to come to the bank concerned. This study aims to determine the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on customers' interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services.

The data collection method used in this research is by using questionnaires. The population of this research is all customers of Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung. The sample in this study amounted to 96 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression tests, normality tests, multicollinearity, hypothesis testing (t test and f test), then the data is processed using the SPSS 20 application for windows. From the results of the t test indicate that the perceived ease of use variable has a tcount value of $-0.104 < 1.98580$ and a significance value of $0.918 > 0.05$, it can be concluded that H_0 is accepted and H_1 is rejected, Tcount $>$ Ttable or equal to $4.663 > 1.98580$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted.

The conclusion in this study is that ease of use does not have a significant effect on customer interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking services, and usability has a significant effect on customers' interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking services, and simultaneously ease of use and usability have an influence simultaneously on customers' interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services.

Keywords: Ease of use, Usability, and Mobile Banking.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame Telp (0721) 703289 Bandar Lampung

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarrakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lifti Indriyani
NPM : 1751020063
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulisan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 8 Januari 2022



Lifti Indriyani
1751020063



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIRADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Let Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp. (0721)703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.

**Nama : Lifi Indriyani
NPM : 1751020063
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP. 195808241989031003**

**Diah Mukminatul Hasimi, M.E.Sy
NIP. 2016010219900828119**

**Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syariah**

**Any Eliza, M.Ak
NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Let Kol H. Endro, Suratmin Sukarame BandaLampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.”** disusun oleh : **Lifti Indriyani** , NPM.1751020063, Program Studi : **Perbankan Syariah**, Telah Diujikan Dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Hari/Tanggal: **Senin, 27 Februari 2023**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. H. Nasrudin M.Ag

Sekretaris : Yulistia Devi, M.S. Ak.

Penguji I : Vicky F Sanjaya, M.Sc.

Penguji II : Diah Mukminatul Hasimi, M.E.Sy

Mengerahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, SE., MM, Akt, CA

NIP.197009262008011008

MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji dan syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Karunia, Hidayah dan Inayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sebagai tanda bukti dan cinta yang tulus ku persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta yang selalu menjadi alasan saya untuk dapat bertahan serta selalu menjadi penguat saya dalam setiap langkah dan harapan dalam membahagiakan mereka, Ayahanda tersayang Alipi yang selalu ada memberikan dukungan baik moril maupun materil dan yang tak pernah berhenti berjuang dan tak mengenal lelah demi kebahagiaan dan pendidikan anak-anaknya. dan Ibunda tercinta Siti Sam'ah yang tak pernah henti-hentinya menguntai lantunan do'a disetiap sujud dalam setiap langkahku, terimakasih untuk cinta, kasih sayang, motivasi dan segala pengorbanan kalian, berjuang untuk keberhasilan ku serta berjuang mendidikku hingga dapat meraih gelar sarjana.
2. Kedua Adikku tersayang, Julisa Della Anggraini dan Aqila Khanza Azzahra terimakasih berkat doa dukungan, dorongan dan hiburan serta semangat dari kalian yang membuat saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Almameter ku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Lifti Indriyani, merupakan anak sulung dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Alipi dan Ibu Siti Sam'ah. Lahir pada tanggal 30 Juni 1999 di Pekon Kejadian Kecamatan Wonosobo Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. Pendidikan bermula pada TK Aisyiyah Bustanul Atfhal Wonosobo selesai pada tahun 2005. Kemudian melanjutkan, Pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 1 Pekon Balak lulus pada tahun 2011. Dan melanjutkan, Pendidikan di SMP Negeri 1 Wonosobo selesai pada tahun 2014. Selanjutnya pada tahun yang sama melanjutkan, Melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Kotaagung Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial dan lulus pada tahun 2017.

Pada Tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan mengambil Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'Alamin, Segala puji dan syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan kesabaran, kekuatan, kesehatan rahmat dan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)” dengan baik sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi S1 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Atas terselesaikannya skripsi ini tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci ungkapan terimakasih tersebut penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto., M.M, Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, S.E, M.Ak. selaku Ketua Jurusan Program Studi Perbankan Syariah yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
3. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag. selaku Pembimbing Akademik I yang meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan arahan dan motivasi sejak awal proses pengajuan judul sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Diah Mukminatul Hasimi, M.E.Sy₂ Selaku Pembimbing Akademik II yang telah dengan tulus bersedia meluangkan waktu membimbing dengan sangat teliti serta sabar hingga terselesainya penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Semua dosen Pengampu mata kuliah dan karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah mendidik dan memberikan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga menjadi amal jariyah.

6. Seluruh Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.
7. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan pengelola perpustakaan yang telah memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain yang membantu memudahkan penulis menyelesaikan skripsi.
8. Partner saya yang telah menemani dan selalu menyemangati, selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah disaat proses pengerjaan skripsi ini, terimakasih banyak.
9. Sahabat saya Vivi Karina selalu bersedia meluangkan waktunya dalam membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Keluarga besar Prodi Perbankan Syariah Kelas C angkatan 2017 .
11. Terima kasih kepada almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung, penulis menyadari bahwa hasil penelitian dan tulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Hal itu disebabkan keterbatasan kemampuan, waktu, dana dan referensi yang dimiliki.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan iringan terima kasih penulis memanjatkan do'a kepada Allah SWT, Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Amiin.

Bandar lampung, Januari 2023
Penulis

LIFTI INDRIYANI
NPM : 1751020063

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
MOTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
G. Penelitian Terdahulu	13
H. Sistematika Penulisan.....	17

BAB II LANDASAN TEORI & PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan	19
1. Teori Perilaku Konsumen	19
2. Teori Kualitas Pelayanan	22
3. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	26
Minat Menggunakan Mobile Banking	34
B. Kerangka Berfikir dan Pengajuan Hipotesis	
1. Kerangka Berfikir	46
2. Pengajuan Hipotesis.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan & Jenis Penelitian	51
B. Sumber data.....	51
C. Populasi dan Sampel	53
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	55
E. Metode Pengumpulan Data	60
F. Teknik analisis data.....	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	71
B. Deskripsi data penelitian	75
C. Uji Instrumen.....	79
D. Uji Prasyarat Analisis.....	81
E. Uji Hipotesis.....	84
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	93
B. Rekomendasi	94

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	14
Tabel 3.1	56
Tabel 3.2	62
Tabel 4. 1.....	76
Tabel 4. 2.....	76
Tabel 4. 3.....	77
Tabel 4. 4.....	78
Tabel 4. 5.....	78
Tabel 4. 6.....	80
Tabel 4. 7.....	81
Tabel 4. 8.....	82
Tabel 4. 9.....	83
Tabel 4. 10.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	8
Gambar 2. 1	46
Gambar 4. 1	72



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Dokumentasi Kesisioner Penelitian Online
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Jawaban Responden
- Lampiran 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan dalam Penggunaan
- Lampiran 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kegunaan
- Lampiran 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kegunaan
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 12 Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 Hasil Uji Parsial (Uji T)
- Lampiran 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pembahasan penelitian dengan judul tersebut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Penegasan judul ini dibuat untuk membatasi arti kalimat dalam penulisan dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud dan untuk lebih dalam serta lebih mengetahui agar tidak terjadi kesalahpahaman tentang skripsi ini mengenai maksud dan tujuan serta ruang lingkup, maka penulis secara singkat akan menguraikan beberapa istilah dari judul skripsi ini.

Judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)”**. Istilah-istilah yang perlu diuraikan antara lain sebagai berikut :

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹ Istilah pengaruh disebut juga dengan akibat asosiatif, yaitu suatu penelitian yang mencari pertautan nilai antara suatu variabel dengan variabel lainnya.
2. **Kemudahan Penggunaan** didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunaannya.²

¹ Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka, 2011), 1045.

² Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology,” *Jurnal Management Information System (Online)* Vol 13, No 3, 318.

3. **Kegunaan** didefinisikan sebagai suatu faedah atau manfaat.³
4. **Minat** yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.⁴ Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan m-banking yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.
5. **Layanan** adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada anggota yang telah membeli produknya.⁵
6. **Mobile Banking** adalah sebuah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (handphone).⁶ Mobile Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang cash.⁷

Berdasarkan definisi dari beberapa kalimat diatas, maka yang dimaksud dengan “Persepsi kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)” adalah bagaimana suatu kemudahan dan suatu kegunaan dapat berpengaruh terhadap minat seorang nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia.

³ “Kamus Besar Bahasa Indonesia Online,” *Diakses Pada 17 Juni 2022 Pukul 20:58.*

⁴ Dwi Mastia Harlan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resikoterhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking* (Yogyakarta: Skripsi Akuntansi, 2014). 42.

⁵ Fandy Tjiotono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2004), 94.

⁶ Yandi Wibowo, ‘Analisis Tingkat Kesuksesan Mobile Banking Dengan Menggunakan Respesifikasi Model Delone Dan Mclean’ (Surakarta, 2011), 12.

⁷ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), 46.

B. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi informasi telah mengalami kemajuan di berbagai bidang dan telah membawa perubahan yang besar terhadap kehidupan manusia. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat cepat, peran teknologi informasi saat ini menjadi suatu yang penting dalam menyelesaikan kebutuhan kehidupan.⁸ Kemajuan yang begitu cepat membuat segala hal dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Terlebih lagi dengan adanya internet yang memberikan banyak manfaat serta kemudahan hampir dalam segala bidang. Teknologi internet adalah salah satu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya, dengan adanya internet segala bentuk informasi serta komunikasi dapat dijangkau tanpa batas ruang dan waktu melalui perangkat elektronik yang dapat terhubung dengan jaringan.

Perkembangan internet memang sangat cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam berbagai aspek kehidupan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi. Salah satunya adalah di bidang keuangan. Semakin majunya teknologi di lembaga keuangan, maka perbankan pun meningkatkan penggunaan teknologinya.

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayana jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi

⁸ Arius Juliansya, "Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan M-Banking," *Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 6 (2018): 1.

kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya.

Teknologi terbaru diperbankan salah satunya adalah *Mobile Banking* yang berbasis *smartphone*. Aplikasi ini sangat memudahkan nasabah melakukan transaksi. Transaksi, selama ini harus dilakukan dikantor-kantor perbankan. Kini telah dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan aplikasi mobile banking. Pemanfaatan teknologi di perbankan ini semakin memberikan manfaat kepada nasabah dan pihak bank.

Layanan *mobile banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat headpone atau Personal Data Assistant (PDA).⁹ Tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan sebuah transaksi tetapi juga memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi para nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM.

Istilah mobile banking dianggap berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melauai komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang *cash*. *Mobile banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi yang berkembang, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam melakukan kegiatan transaksi dunia perbankan. Layanan yang terdapat

⁹ A. Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia [Effect Of Mobile Banking (Mbanking) Service Quality On Customer Satisfaction In Indonesia]," Derema (Development Res. Manag. J. Manaj., Vol. 10, No. 2, Pp. 273–284, 2015.

pada *mobile banking* meliputi pembayaran, *transfer*, *history*, dan lain sebagainya.

Di Indonesia, *mobile banking* kini bukan yang paling sederhana diperkenalkan melalui perbankan konvensional, tetapi juga di dimajukan melalui bank-bank dengan konsep syariah. Salah satu bank syariah terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) juga meluncurkan layanan keuangan *mobile banking* yang dikenal dengan BSI Mobile. Bank Syariah Indonesia merupakan Bank yang berasal dari hasil penggabungan tiga bank Syariah milik BUMN yakni PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah, yang mulai beroperasi pada 1 Februari 2021. Pasca merger, Bank Syariah Indonesia adalah Bank Syariah terbesar di Indonesia. BSI Mobile milik PT Bank Syariah Indonesia (BSI) dinobatkan sebagai *mobile banking* terbaik untuk kategori bank umum syariah. Penghargaan yang dianugerahkan oleh Infobank Digital Brand Awards 2022 ini merupakan apresiasi atas kerja keras BSI dalam mengembangkan industri perbankan syariah berbasis digital di Indonesia.¹⁰

Strategi BSI sejak awal fokus pada digitalisasi, baik digitalisasi produk dan layanan kepada seluruh nasabahnya pasca penggabungan tiga bank syariah milik BUMN pada 1 Februari 2021, dan mampu mendorong pertumbuhan laba dan kinerja BSI. Di tahun pertama BSI sejak merger tahun lalu mampu menorehkan kinerja positif, dengan perolehan laba bersih mencapai Rp3,03 triliun naik 38,42% secara year on year (YoY). Impresif itu sejalan dengan konsistensi BSI dalam membangun pondasi, transformasi digital dan pengembangan ekosistem halal di Indonesia. Perseroan terus berinovasi dalam melakukan transformasi. Hal ini terlihat dari keseriusan dalam menggarap kanal digital BSI Mobile dan E-Channel. Per Desember 2021, transaksi kumulatif BSI Mobile

¹⁰ Website Resmi Bsi, "Terus Bertransformasi Digital, Bsi Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik," <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/terus-bertransformasi-digital-bsi-raih-penghargaan-mobile-banking-syariah-terbaik>. Diakses Pada Rabu 08 Juni 2022.

mencapai 124,54 juta transaksi atau tumbuh sekitar 169% secara YoY.¹¹

Banyaknya masyarakat yang menggunakan pembayaran mobile membuat jumlah uang elektronik di Indonesia pun meningkat. Tujuan awal penggunaan uang elektronik untuk kepraktisan, hanya sekali tekan proses transaksi dapat berhasil dilakukan, selain itu tidak perlu membawa uang tunai jika ingin melakukan transaksi. Namun pada dasarnya uang elektronik tidak bertujuan untuk mengganti fungsi uang tunai (uang koin dan uang kertas) secara total. Sehingga dalam penggunaannya, pengguna uang elektronik sebaiknya memilih aplikasi uang elektronik sesuai kebutuhan. Hal ini karena ada banyak aplikasi uang elektronik yang beredar di pasaran dengan menawarkan fasilitas dan fitur-fitur pembayaran yang berbeda-beda. Selain itu tidak semua proses jual beli suatu produk dapat dilakukan dengan pembayaran melalui uang elektronik. Penggunaan uang elektronik dalam Islam pun diperbolehkan asal harus sesuai dengan syariah. Indonesia DSN-MUI pun mengeluarkan fatwa mengenai uang elektronik yang menggunakan prinsip syariah, yaitu fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 yang menjelaskan bahwa, “Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.” Sehingga berdasarkan fatwa tersebut menjelaskan bahwa uang elektronik syariah hanya boleh digunakan untuk melakukan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Penggunaan uang elektronik di Indonesia sendiri sudah banyak peminatnya, hal tersebut terjadi karena masyarakat Indonesia merasa bahwa uang elektronik lebih mudah dan praktis untuk digunakan, sehingga dapat mempercepat dalam melakukan transaksi. Dengan uang elektronik tersebut masyarakat lebih dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi. Pemanfaatan teknologi dalam bidang ekonomi syariah tersebut dilakukan pula oleh perbankan syariah dimana banyak kegiatan ekonomi syariah di Indonesia yang sudah memanfaatkan kecanggihan

¹¹ Ibid.

teknologi informasi untuk memudahkan pengguna layanan keuangan syariah.

Transaksi dalam dunia perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba karena riba merupakan sesuatu perbuatan yang keji dan Allah sangat melarangnya, termasuk didalamnya saat melakukan transaksi pada layanan *mobile banking*. Riba sendiri dalam perbankan konvensional disebut dengan bunga, yaitu besarnya persentase yang diberikan bank kepada nasabahnya.

sebagaimana firman Allah menjelaskan tentang larangan riba dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:¹²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (QS: Al-Imran: 130).

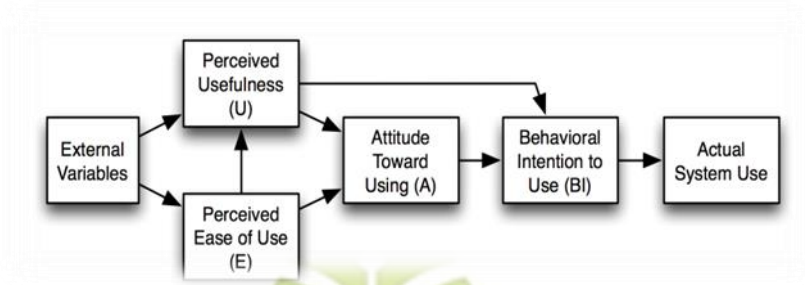
Meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk menggunakan pembayaran praktis seperti pembayaran menggunakan *mobile* mendorong perbankan konvensional maupun syariah untuk mengeluarkan aplikasi *mobile banking*.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang mengadopsi theory of reasoned action yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM merupakan model yang mengaitkan antara keyakinan kognitif dengan sikap dan perilaku individual terhadap penerimaan teknologi. TAM kemudian digunakan untuk menerangkan perilaku penerima individu terhadap teknologi informasi yang menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi

¹² Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 66.

kemudahan penggunaan adalah penentu utama penggunaan teknologi.

TAM telah diakui sebagai model yang kuat untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi



Sumber : Davis, M. (1986).

Gambar 1. 1

Menurut Davis Technology Acceptance Model (TAM) memprediksi penerimaan penggunaan terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor kognitif yaitu persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use).

Menurut davis pengertian persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Sedangkan persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.¹³

Bank Syariah Indonesia dalam penerapan aplikasi *Mobile banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, manfaat dari menggunakan layanan

¹³ Laras, "Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

mobile banking yaitu, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang. Nasabah menggunakan layanan *mobile banking* karena dapat mempercepat waktu kerja dalam melakukan transaksi. Meskipun *mobile banking* bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain *mobile banking* memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaanya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan di dunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara *online*, pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung merasakan bahwa dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia merasa kesulitan dalam bertransaksi dengan *mobile banking* BSI karena pada beberapa merchant masih belum dapat melakukan pembayaran via BSI *mobile* seperti contoh saat tengah bertransaksi dipusat perbelanjaan untuk pembayaran *Cashless* via debit BSI Atau *QRIS* BSI masih sangat jarang disediakan, Kebanyakan dari mereka menyediakan yang lain nya. Dan untuk ATM BSI yang belum begitu tersebar membuat kesulitan untuk melakukan tarik tunai jadi harus transfer via bank yang lain dulu. Maka dari itu terkadang banyak nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* yang lainnya. Selain itu, salah seorang nasabah mengeluhkan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia saat nasabah menggunakan fitur transfer data yang dimasukan tidak tersimpan sehingga harus mengetik ulang rekening yang dituju lagi. Dari kasus tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan dan kegunaan/manfaat sangat berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

¹⁴ Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, 115.

Penelitian sebelumnya banyak menemukan hubungan antara pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, tidak hanya itu pada penelitian sebelumnya juga banyak menemukan adanya hubungan antara pengaruh kegunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Arius Juliansya dengan judul penelitian “Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Nasabah BNI Syariah Palembang)” yang memperoleh hasil penelitian yaitu bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Selanjutnya penelitian dari Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)”. Memperoleh hasil yaitu bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Meliza Awalina dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Ampel Surabaya)” yang memperoleh hasil penelitian persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat responden dalam penggunaan uang elektronik. Hal tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Wafid Renaldi dengan judul penelitian “Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bni Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada BNI Syariah Wilayah Tangerang Selatan)” yang sama sama memperoleh hasil penelitian bahwa persepsi kemudahan

tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BNI syariah. Setelah melihat penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa hasil penelitian tersebut memiliki variabel penelitian dan hasil yang diperoleh dalam penelitian pun yang berbeda pada setiap penelitian.

Pada penelitian ini peneliti tertarik melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia dikarenakan Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank terbaik dan terbesar di Indonesia saat ini. Hal itu membuat menarik peneliti dalam melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia mengenai pengaruh kemudahan dan kegunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang hal-hal yang mempengaruhi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*, maka oleh karena itu untuk melakukan penelitian penulis mengambil judul: ***“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)”***.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka peneliti perlu menetapkan batasan. Berdasarkan pemaparan yang ada di latar belakang, yang akan menjadi topik pembahasan oleh penulis sesuai dengan permasalahan yang ada, adapun batasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Penelitian yang terkait meneliti tentang Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam *technology Acceptance Model*

2. Responden terkait dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan (perceived ease of use) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan mobile Banking Bank Syariah Indonesia cabang Bandar Lampung?
2. Apakah persepsi kegunaan (perceived usefulness) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung?
3. Apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi kegunaan (perceived usefulness) bersama-sama berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung?
4. Bagimanakah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam perspektif Ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan (perceived usefulness) berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi kegunaan (perceived usefulness) bersama-sama berpengaruh secara signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan

layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung.

4. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam persepsi ekonomi islam.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai bagaimana Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi kegunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia .

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi salah satu referensi jikalau melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.
- b. Bagi masyarakat umum khususnya nasabah dan para muslim, diharapkan penelitian ini berguna sebagai sarana informasi tentang bagaimana hasil Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan M-banking.

G. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai penelitian ini, kiranya penting untuk mengkaji terlebih dahulu penelitian dengan masalah yang sesuai, yang ada pada penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada penelitian atau kajian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. ada beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 1. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wafid Renaldi (2021)	Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bni Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bni Syariah Wilayah Tangerang Selatan)	Kegunaan signifikan mempengaruhi minat menggunakan Mobile Banking BNI Syariah. Kemudahan tidak signifikan mempengaruhi minat menggunakan Mobile Banking BNI Syariah. Kepercayaan tidak signifikan mempengaruhi minat menggunakan Mobile Banking BNI Syariah. Karena pengaruh langsung kegunaan terhadap minat lebih besar dari pengaruh tidak langsung kegunaan terhadap minat melalui kepercayaan dan karena pengaruh langsung kemudahan terhadap minat lebih besar dari pengaruh tidak langsung kemudahan terhadap minat melalui kepercayaan Maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dalam penelitian ini bukanlah variabel mediasi/ intervening .
2	Melfi Adela (2020)	Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah	Keamanan sistem mobile banking tidak mempunyai pengaruh yang Signifikan terhadap kepuasan

			nasabah, Kemudahan Penggunaan Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, Kredibilitas Perusahaan Layanan Perbankan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan variabel kecepatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)”	variabel persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Mobile Banking. Penelitian ini menemukan bahwa ketika suatu teknologi, yang dalam penelitian ini yaitu mobile banking dapat dengan mudah dipahami dan digunakan serta dipercaya dapat mendapatkan manfaat bagi penggunanya maka akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan mobile banking
4	Mario Ledesman (2018)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan	Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

		Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)	menggunakan layanan mobile banking, Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, dan Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking
5	Arius Juliansya (2018)	Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Nasabah BNI Syariah Palembang)	Variabel persepsi teknologi informais berpengaruh signifikan, variabel kemudahan berpengaruh signifikan, variabel risiko memiliki pengaruh, layanan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan internet banking.
6	NiLuh Nyoman Sherina Devi,I Wayan Suartana	Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa	variabel computer self efficacy dan trust masingmasing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua variabel dependen (perceived usefulness dan perceived ease of use). Berbeda halnya dengan variabel personalization yang tidak berpengaruh terhadap kedua varabel tersebut, dikarenakan responden berada dalam ruang lingkup yang pekerjaannya kompleks

			dan dituntut selesai pada waktu yang terbatas.
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu, dalam penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh model penerimaan teknologi (technology acceptance model) terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung dalam menggunakan layanan Mobile Banking.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) (X1), Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (X2) dan minat menggunakan Mobile Banking (Y1)
2. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yang telah menggunakan layanan Mobile Banking sebagai responden.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Penelitian Terdahulu.

BAB II. LANDASAN TEORI & PENGAJUAN HIPOTESIS

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi Teori Perilaku Konsumen, Teori Kualitas Layanan, Teori Technology Acceptance Model (TAM) Serta Minat nasabah menggunakan layanan mobile banking bank, Selanjutnya Kerangka Berfikir dan Pengajuan Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III. METODE PENELITIAN

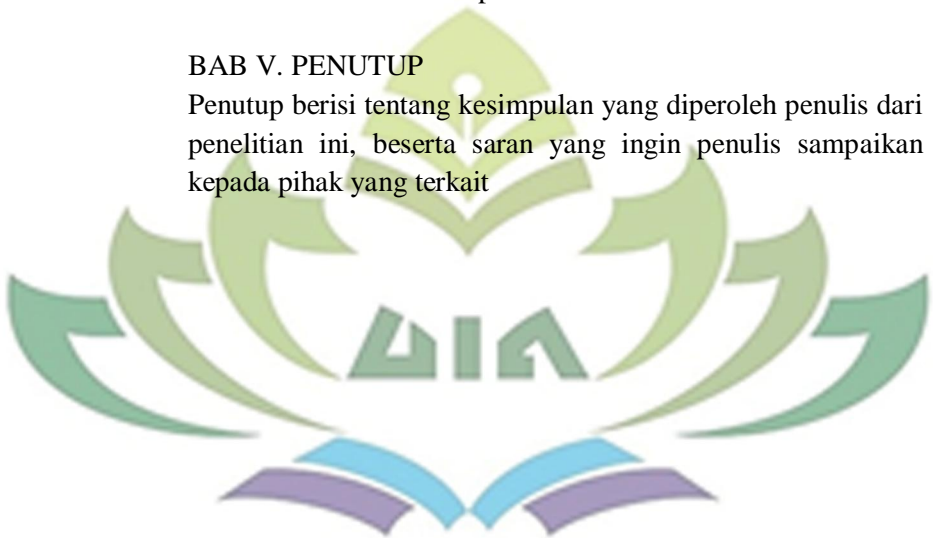
Metode penelitian ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang temuan penulis berdasarkan data yang dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB V. PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan yang diperoleh penulis dari penelitian ini, beserta saran yang ingin penulis sampaikan kepada pihak yang terkait



BAB II

LANDASAN TEORI & PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan

1. Teori Perilaku Konsumen

a. Perilaku Konsumen

Untuk mengenal keseluruhan perilaku konsumen terlebih dahulu akan dikemukakan beberapa teori tentang perilaku. Perilaku manusia tidak akan terlepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan tempat individu itu berada. Menurut Ismail Nawawi, terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang perilaku, yaitu:¹

- 1) Teori insting: ini dikemukakan oleh Mc. Dougall sebagai pelopor psikologi sosial. Menurut Mc. Dougall perilaku disebabkan oleh insting. Insting merupakan perilaku yang innate atau perilaku bawaan dan akan mengalami perubahan karena pengalaman;
- 2) Teori dorongan (drive theory). Teori ini yang sering disebut dengan teori Hull yang juga disebut dengan reduction theory bertolak dari pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan atau drive tertentu. Dorongan itu berkaitan dengan kebutuhan yang mendorong organisme untuk berperilaku;
- 3) Teori insentif (intensive theory); berpendapat bahwa perilaku organisme disebabkan karena adanya insentif. Intensif disebut sebagai reinforcement. Reinforcement terdiri dari reinforcement positif yang berkaitan dengan hadiah dan reinforcement negatif yang berkaitan dengan hukuman;

¹ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal IAIN Sunan Ampel Surabaya* Vol. 01, N (2011): 26–27.

- 4) Teori atribusi. teori ini bertolak dari sebab-sebab perilaku seseorang. Apakah perilaku ini disebabkan disposisi internal (motif, sikap, dsb) atau eksternal;
- 5) Teori Kognitif. Teori ini berdasarkan alternatif pemilihan perilaku yang akan membawa manfaat yang besar baginya.
Dengan kemampuan memilih ini tersebut berarti faktor berpikir berperan dalam menentukan pilihannya;
- 6) Teori kepribadian. teori ini berdasarkan kombinasi yang komplek dari sifat fisik dan material, nilai, sikap dan kepercayaan, selera, ambisi, minat dan kebiasaan dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu sosok yang unik.

Dari enam teori perilaku itu dapat dipakai untuk memahami perilaku konsumen. Sehingga antar teori yang satu dengan teori yang lain masih dapat dipergunakan sesuai dengan perilaku konsumen yang berbeda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam hal ini yaitu penggunaan Mobile Banking.

Perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Hawkins menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dan proses yang

dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen.²

Sedangkan Loudon dan Bitta menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi di dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kegiatan saat pembelian, akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian.³

b. Perilaku Konsumen menurut Islam

Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, yaitu sandang, pangan, dan papan. Jika di pandang secara khusus, maka sering kali konsumsi hanya terbatas dengan makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut.

Islam sebagai agama yang sempurna mempunyai aturan yang jelas (manhaj alhayat) yang mengatur semua elemen dalam kehidupan manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.

² Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 6.

³ *Ibid*, 7.

Aturan tersebut dimaksudkan untuk menjamin kebahagiaan serta keselamatan manusia baik di semua aspek diri seperti keselamatan agama, jiwa, akal, harta benda, serta keturunannya atau yang biasa disebut dengan *adh-dharuriyyah al-khams* atau *maqashid alsyari'ah*.⁴

Seseorang dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. tidak semua hal yang dianggap butuh harus dibeli saat itu juga, karena kebutuhan itu sifatnya dinamis dan dipengaruhi oleh sisi dan kondisi. Ajaran islam dalam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaannya secara wajar dan berimbang. Allah berfirman dalam QS. Al-Isra Ayat 27 sebagai berikut⁵ :

إِنَّ الْمُبْرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
كَفُورًا

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

2. Teori Kualitas Pelayanan

a. Kualitas Pelayanan

Menurut M. Nur Rianto Al-Arif dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* menerangkan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan perusahaan pemberi

⁴ Muhammad Ridwan Firdaus, "E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal* Vol. XIV, (2018): 148.

⁵ Departemen Agama, "*Al-Qur'an Dan Terjemahan*," (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015,) 284.

pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.⁶

Menurut Fandy Tjiptono, Ph.D. mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁷

Menurut Arianto kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.⁸

Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin

⁶ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010).

⁷ Nuraeni, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)," *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2021): 94 – 100-94 – 100, <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/197>.

⁸ Andi Riyanto, "Kepuasan Pelanggan," *Kepuasan Pelanggan* (2018): 10.

mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Reliability yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. Tangibles yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. Responsiveness ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. Assurance yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

b. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Dalam ibadah, hukum yang berlaku adalah bahwa semua dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan al-quran dan hadits. Sedangkan dalam urusan muamalat, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi muncul dimana belum dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, transaksi tersebut dapat diterima kecuali terdapat implikasi dari dalil al-Quran dan al-Hadits yang melarangnya secara implisit maupun eksplisit. Jadi dalam bidang muamalat semua transaksi diperbolehkan kecuali yang diharamkan. Meskipun dalam kosa kata fiqh Islam tidak mengenal kata “bank”, namun sesungguhnya bukti-bukti sejarah menyatakan bahwa fungsi-fungsi perbankan modern telah dipraktekkan oleh umat muslim, bahkan sejak zaman nabi Muhammad SAW.⁹

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah haruslah selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bank adalah lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan.

⁹ A.Karim, *Bank Islam Analisi Fiqih Dan Keuangan*, 25.

Walaupun begitu, setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah bank harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan atau memasarkan produk yang sesuai syariat Islam adalah:¹⁰

- a. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, jadi dalam memasarkan produk atau memberikan pelayanan tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah.
- b. Setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah harus menjelaskan tentang produk-produk secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya.
- c. Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam al-Quran kejujuran diistilahkan dengan amanah, ghoir al takdzib, shiddiq, dan al-haq. Dengan dasar istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta.
- d. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kemalangan orang. Sebagaimana Firman Allah Swt dalam Qs. An-Nisa Ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا
حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu.

¹⁰ *Ibid*, 26.

Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.

- e. Kebersihan adalah dasar pokok dalam Islam, Islam dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu baik ucapan maupun perbuatan dan lain sebagainya.

3. Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) sebuah teori dikembangkan oleh Davis yang menawarkan menjadi landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi. Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (belief), sikap (attitude), keinginan (intention), dan hubungan perilaku pengguna (user behaviour relationship).

TAM berteorikan bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (perceived usefulness), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan.¹¹

Model TAM berasumsi bahwa seseorang mengadopsi suatu teknologi pada umumnya ditentukan oleh proses kognitif dan bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri. Dengan kata lain, kunci utama penerimaan teknologi informasi oleh penggunanya adalah evaluasi kegunaan teknologi tersebut. Selanjutnya Davis merumuskan dua variabel utama dalam TAM, yaitu

¹¹ Ni Luh And Nyoman Sherina, *'Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, 169

persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan sehingga dapat menjelaskan perilaku para pengguna untuk menggunakan suatu sistem termasuk mobile banking.

Tujuan TAM di antaranya yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara general serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (end-user) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai untuk menyediakan dasar dalam rangka mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap landasan psikologis. Kelebihan-kelebihan *Technology Acceptance Model* (TAM), sebagai berikut :¹²

- a. TAM merupakan model perilaku (behavior) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai niat (intention) untuk menggunakannya. Tidak banyak model-model penerapan sistem teknologi informasi yang memasukkan faktor psikologis atau perilaku (behavior) di dalam modelnya dan TAM adalah salah satu yang mempertimbangkannya.
- b. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat
- c. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
- d. Kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni (parsimonious) yaitu model yang sederhana tetapi valid.

4. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)

¹² Laras, 'Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)' (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), 45.

a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Suatu Persepsi individu dikatakan mudah (*perceived ease of use*) jika dalam penggunaan komputer tingkat kepercayaan individu terhadap suatu sistem tertentu akan bebas dari kesalahan.

Menurut Davis pengertian persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.¹³

Menurut Widjana Kemudahan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha besar pada saat digunakan.¹⁴ Dalam bertindak seseorang dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Menurut Andi Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.¹⁵ Menurut Davis pada tahun 1989 *perceived ease of use* sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.¹⁶

¹³ Davis, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology', *Jurnal Management Information System (Online)*, Vol.13 No 30., 320.

¹⁴ Widjana Mahardika, *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya* (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2010), 33.

¹⁵ A Kadir, *Penggunaan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2003), 41.

¹⁶ Laras, "Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)." *Op. Cit* 47

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Konstruk ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya.¹⁷

Dari beberapa pengertian kemudahan diatas penelitian menyimpulkan bahwa bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Perceived ease of use* adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan dan dipahami oleh nasabah sehingga nasabah akan terus menggunakan teknologi yang dianggapnya mudah untuk digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang besar dalam penggunaannya.

indikator dari persepsi kemudahan dalam penggunaan atau *Perceived Ease of Use* sebagai berikut:¹⁸

- 1) Mudah dipelajari (easy to learn)
- 2) Dapat dikontrol (controllable)
- 3) Jelas & dapat dipahami (clear & understandable)
- 4) Fleksibel (flexible)
- 5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (easy to become skillful)
- 6) Mudah digunakan (easy to use)

b. Kemudahan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kemudahan merupakan salah satu prinsip penting dalam islam. Kemudahan merupakan anugerah dari Allah SWT diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama terutama dalam keadaan

¹⁷ Jogianto, *Sistem Teknologi Informasi* (Jakarta: Pranada Grup, 2009) 16.

¹⁸ Laras, "Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)." 47

sulit. Kemudahan-kemudahan yang diberikan islam adalah kemudahan yang paling sempurna. Betapa bahagianya menjadi seorang muslim karena segala sesuatunya adalah kebaikan. Agama islam selalu memberikan keringanan bagi setiap muslim. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 185 :

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ
وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya : *“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”*¹⁹

Ayat ini Menjelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesukaran bagi kamu. Dalam tafsir ibnu ktsir juga dijelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi kamu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, artinya sesungguhnya Allah Swt memberikan kemudahan kepada semua muslim dalam menjalankan segala sesuatu.

Allah SWT berfirman dalam Surah Al Insyirah ayat 5 dan 6 yaitu :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا^٥

Artinya : *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)*

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan...* 28.

Dalam ayat 5 dan 6 ini bermaksud mejeaskan salah satu sunnah yang bersifat umum dan konsisten yaitu “ setiap kesulitan pasti disertai oleh kemudahan selama yang bersangkutan bertekad untuk menaggulangi nya.” Dalam ayat ini Allah mengungkapkan bahwa sesungguhnya didalam setiap kesempitan disitu terdapat kelapangan dan didalam setiap kekurangan dalam mencapai sesuatu keinginan disitu pula terdapat jalan keluar, jika seseorang dalam menuntut sesuatu tetap berpegang pada kesabaran dan tawakkal kepada Tuhan-nya.

Dalam Kemudahan ayat diatas berhubungan dengan penggunaan *mobile banking* bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu dalam menggunakan suatu sistem. Kemudahan dalam *mobile banking* akan membuat nasabah paham akan *mobile banking* dan akan menimbulkan minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

5. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

a. Pengertian Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.²⁰ Menurut Davis persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.²¹

Perceived Usefulness atau Kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. dapat diartikan bahwa persepsi

²⁰ Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keprilakuan Edisi Revisi*, 114.

²¹ Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology.”

kegunaan atau *Perceived Usefulness* sistem teknologi informasi adalah variabel yang dapat dijadikan sebagai ukuran dimana pengguna dimasa depan percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi tersebut akan memberikan manfaat yang positif dan dapat memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pekerjaannya.²²

Indikator dari persepsi terhadap kemanfaatan penggunaan atau *perceived usefulness* sebagai berikut:

- 1) Mempercepat pekerjaan (work more quickly)
- 2) Meningkatkan kinerja (improve job performance)
- 3) Meningkatkan produktivitas (increase productivity)
- 4) Efektifitas (effectiveness)
- 5) Mempermudah pekerjaan (make job easier)
- 6) Bermanfaat (usefull)

b. Persepsi Kegunaan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Manfaat dapat didefinisikan sebagai tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Manfaat didefinisikan sebagai sejauh manan seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakan nya. Sebaliknya jika seseorang merasa

²² Laras, "Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)." 49

percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya nya.²³

Allah SWT Berfirman dalam QS As Shad:27 dan Qs Ali Imran:191 bahwa Allah menciptakan segala sesuatu pasti mengandung kegunaan/manfaat didalam nya.

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا
بَيْنَهُمَا بَاطِلًا ۗ ذَٰلِكَ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا فَوَيْلٌ
لِّلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ ۗ

Artinya : *Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada di antara keduanya dengan sia-sia. Itu anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang yang kafir itu karena mereka akan masuk neraka (QS As-Shad: 27).*

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي
رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَٰذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا
عَذَابَ النَّارِ

Artinya : *(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau,*

²³ Dita Monica Sekarini, *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening*, 2016, 3.

lindungilah kami dari azab neraka (Q.S Ali Imran Ayat 191).

6. Minat Menggunakan Mobile Banking

Perkembangan pesat Teknologi Informasi (TI) dan globalisasi mendukung Bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman, dan efektif, diantaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *Electronic Banking (e-banking)*. *E-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.

E-Banking memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah, bank, dan otoritas. Bagi nasabah, e-banking memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan untuk beberapa produk e-banking nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam dengan menggunakan laptop atau perangkat mobile seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan jaringan internet dan/atau SMS.

Bagi bank, e-banking meningkatkan pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) dan mengurangi biaya operasional apabila dibandingkan dengan pelayanan transaksi melalui kantor cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, sewa gedung, pengamanan, listrik, dan lainnya.

Bagi otoritas, perkembangan teknologi e-banking mendorong mewujudkan masyarakat *less cash society*. *Less cash society* adalah gaya hidup dengan menggunakan media transaksi atau uang elektronik dalam bertransaksi sehingga tidak perlu membawa uang fisik. *Less cash society* selain dapat meningkatkan sistem pembayaran yang cepat, aman, dan efisien, untuk mempercepat perputaran aktivitas ekonomi dan stabilitas keuangan,

juga dapat mencegah tindak pidana kriminal maupun tindak pidana pencucian uang.

Berikut merupakan produk-produk dari e-banking : *Automatic Teller Machine (ATM), Electronic Data Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS), internet banking, SMS banking, mobile banking, e-commerce, phone banking, dan video banking.*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (Subscriber Identity Module) Card, USSD (Unstructured Supplementary Service Data), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.²⁴

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone²⁵ Dengan adanya layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, yang artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya agar lebih efektif dan efisien.

²⁴ Bijak Ber-Electronic Banking, "Bijak Ber-Electronic Banking" (N.D.).

²⁵ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), 18.

Layanan mobile banking merupakan jenis layanan yang fleksibel, karena bisa digunakan untuk membantu nasabah melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Masih besarnya peluang untuk memasuki pasar untuk jenis layanan mobile banking tersebut merupakan tantangan bagi industri perbankan untuk menelusuri faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menerima penggunaan mobile banking.

b. Fitur- fitur dalam layanan *Mobile Banking*

Fitur-Fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi, rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat) dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa,tiket) dan berbagai fitur lainnya.

c. Manfaat Penggunaan *Mobile Banking*

Manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan mobile banking, adalah:²⁶

a. Mudah

Untuk langsung transaksi perbankan, kita tidak perlu datang langsung ke bank kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

b. Praktis

Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

c. Aman

M-banking dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran.

Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

²⁶ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi, 2011)., 114.

d. Penggunaan yang bersahabat

M-banking dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja, nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.

e. Nyaman

Nasabah seperti mempunyai ATM dalam genggam tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui m-banking kecuali penarikan tunai.

d. Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap M-Banking

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan m-banking. Laporan yaitu:

a. Keamanan sistem m-banking

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan m-Banking. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media m-banking.

b. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses system layanan secara online melalui media m-banking merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan m-banking. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebar

dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan m-banking.

d. Kehandalan layanan

Transaksi keuangan secara mobile memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan m-Banking adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan m-banking nya.

f. Kecepatan

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/ tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara mobile. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara mobile. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan sinyal.

e. Dampak Penggunaan M-Banking

Penggunaan m-banking menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank itu sendiri dan nasabah.²⁷

²⁷ Irfan Nurahmadi Harish, 'Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah' (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), 17.

a. Bank

Mendapatkan keuntungan, karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b. Nasabah

Mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya m-Banking akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas. Fitur yang sederhana membuat m-banking melalui ponsel sangat mudah dimengerti. Bank juga merasa untung dengan layanan m-banking. Selain itu layanan m-banking dapat mempermudah konsumen melakukan transaksi. Bank juga merasa lebih dekat dan dapat menjangkau nasabah mereka dengan m-banking.

f. Kekurangan Layanan m-Banking

Namun demikian berkembangnya internet sebagai basis dalam pelayanan jasa keuangan menyimpan berbagai resiko yang dapat muncul dikemudian hari. Bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan m-banking, yaitu:

a. Transaction/Operations Risk, risiko yang timbul atau berasal dari fraud, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.

b. Reputation Risk, yang berkaitan erat dengan corporate image dari bank itu sendiri apabila layanan mobile banking-nya tidak berjalan dengan baik.

c. Outsourcing Risk, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai provider sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.

d. Credit Risk, risiko kredit dapat timbul apabila Bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.²⁸

Dalam melaksanakan aktivitas layanan m-banking, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang disebutkan di atas akibat penyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Untuk itu bank harus melakukan mitigasi atas risiko yang mungkin terjadi dalam layanan m banking dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi m-banking.

g. Manfaat Mobile Banking

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Mobile banking atau biasa disebut M-Banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi M-Banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank.

Layanan mobile banking akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Bank menyediakan layanan seperti cek saldo, transfer antar rekening, info kurs dan sebagainya dalam mobile banking, dengan tujuan

²⁸ Bank Indonesia, "Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Direktorat Penelitian Dan Pengaturan Perbankan," (2007): 78.

memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk melakukan berbagai bertransaksi. Penggunaan mobile banking bagi nasabah dapat menghemat waktu dan biaya (biaya transportasi), karena nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung hanya sekedar untuk melakukan transaksi, karena mobile banking memberi pelayanan selama 24 jam. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun bahkan ketika kantor bank sudah tutup.

Pemanfaatan dari aplikasi mobile banking tersebut jelas akan mengubah strategi perbankan dalam menjalankan kegiatannya. Karena akan ada faktor baru yang bisa mempengaruhi keputusan suatu bank untuk membuka kantor cabang baru atau menambah ATM. Karena mobile banking memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran-pembayaran secara online, sehingga nasabah tersebut tidak perlu untuk datang ke kantor cabang maupun ATM. Selain itu, dengan mobile banking, bank dapat meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan. Mobile banking memiliki begitu banyak keunggulan dan manfaat yang secara keseluruhan membantu nasabah perbankan agar dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Namun, sebagian besar nasabah perbankan masih belum menggunakan layanan tersebut dan tidak sedikit dari mereka yang masih memilih menggunakan ATM atau datang langsung ke kantor-kantor cabang perbankan daripada menggunakan aplikasi mobile banking dalam melakukan transaksi maupun hanya sekedar memperoleh informasi mengenai saldo perbankannya meskipun hal tersebut memakan lebih banyak waktu dan tenaga. Fakta tersebut berkaitan erat dengan tingkat penerimaan nasabah terhadap aplikasi mobile banking.

h. Cara Kerja Mobile-Banking

Untuk menggunakan mobile banking, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan mobile banking melalui menu yang telah tersedia pada SIM Card, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan.

i. Mobile Banking Syariah

Perbankan syariah menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah (hukum Islam) yang secara ketat melarang tidak hanya riba atau biaya bunga berlebih seperti biaya tambahan pinjaman, tetapi juga melarang keterlibatan kegiatan tidak etis lainnya seperti spekulasi dan perjudian.

Dalam fatwa DSN-MUI NO: 117DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi berdasarkan Prinsip Syariah menyatakan bahwa Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi di bidang layanan jasa keuangan. Dalam fatwa yang sama pula menjelaskan mengenai ketentuan terkait pedoman umum layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi, diantaranya adalah:

- 1) Penyelenggaraan Layanan Pembiayaan berbasis teknologi informasi tidak boleh bertentangan dengan prinsip Syariah, yaitu antara lain terhindar dari riba, gharar, maysir, tadlis, dharar, zhulm, dan haram;
- 2) Akad Baku yang dibuat Penyelenggara wajib memenuhi prinsip keseimbangan, keadilan, dan kewajaran sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

- 3) Akad yang digunakan oleh para pihak dalam penyelenggaraan Layanan Pembiayaan berbasis teknologi informasi dapat berupa akad-akad yang selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan, antara lain akad al-bai', ijarah, mudharabah, musyarakah, wakalah bi al ujah, dan qardh;
- 4) Penggunaan tandatangan elektronik dalam sertifikat elektronik yang dilaksanakan oleh Penyelenggara wajib dilaksanakan dengan syarat terjamin validitas dan autentikasinya sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku;
- 5) Penyelenggara boleh mengenakan biaya (ujrah/rusun) berdasarkan prinsip ijarah atas penyediaan sistem dan sarana prasarana Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi,
- 6) Jika informasi pembiayaan atau jasa yang ditawarkan melalui media elektronik atau diungkapkan dalam dokumen elektronik berbeda dengan kenyataannya, maka pihak yang dirugikan memiliki hak untuk tidak melanjutkan transaksi.

Jika dalam Mobile Banking di bank konvensional hanya memiliki fungsi untuk membantu dan mempermudah nasabah perbankan konvensional tersebut dalam melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja, sedangkan Mobile Banking yang dikeluarkan oleh perbankan syariah selain memiliki fungsi untuk membantu dan mempermudah nasabah perbankan syariah dalam melakukan transaksi, transaksi yang dilakukan oleh nasabah perbankan syariah tersebut pun tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah yang telah dijelaskan dalam fatwa DSN-MUI NO: 117DSN-MUI/II/2018 tersebut.

Dalam menggunakan mobile banking meskipun memudahkan dikarenakan dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun nasabah harus tetap memperhatikan aspek syariah dengan menghindari

transaksi yang tidak sesuai dengan ajaran islam. Seorang muslim haruslah senantiasa melakukan segala sesuatu yang pasti memperhatikan aspek manfaat, keamanan dan kemashlahatan, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam Islam

Dalam pelaksanaannya pula, Mobile Banking perbankan konvensional hanya harus memenuhi persyaratan dari perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan dalam Mobile Banking perbankan syariah harus memenuhi prinsip keseimbangan, keadilan dan kewajaran sesuai syariah, serta peraturan perundang-undangan. Karena Mobile Banking Syariah adalah aplikasi layanan yang disediakan oleh Perbankan Syariah yang berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah. Sehingga, dalam pelaksanaannya Mobile Banking Syariah harus mematuhi fatwa DSN-MUI NO: 117/DSNMUI/II/2018 tersebut.

Memang belum ada fatwa spesifik yang membahas mengenai Mobile Banking Syariah yang dikeluarkan oleh DSN-MUI. Namun dengan fatwa DSN-MUI NO: 117DSN-MUI/II/2018 sudah cukup menjelaskan bahwa penggunaan Mobile Banking Syariah diperbolehkan asal tidak melanggar prinsip-prinsip islam. Dalam pelaksanaannya, untuk melindungi hak konsumen Muslim, perbankan syariah harus mempertimbangkan semua aturan yang telah ditetapkan dalam menawarkan produk-produk mereka kepada konsumen karena dalam penggunaan dari berbagai produk perbankan syariah termasuk Mobile Banking Syariah ini akan terus diawasi oleh lembaga-lembaga syariah yang ada. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Muslim dibimbing untuk menghasilkan dan mengkonsumsi produk maupun layanan yang tidak dilarang oleh agama mereka

(Islam). Termasuk layanan yang disediakan oleh Perbankan Syariah. Sehingga label atau logo halal dan sertifikat MUI adalah panduan terbaik bagi konsumen muslim di Indonesia untuk menjamin bahwa produk atau layanan Perbankan Syariah tersebut baik dan halal. Keputusan konsumen Muslim dalam membeli atau menggunakan produk yang disediakan oleh Perbankan Syariah didasari oleh nilai-nilai yang berorientasi untuk mempraktekkan ajaran Islam.

j. Minat

Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan mobile banking yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:²⁹

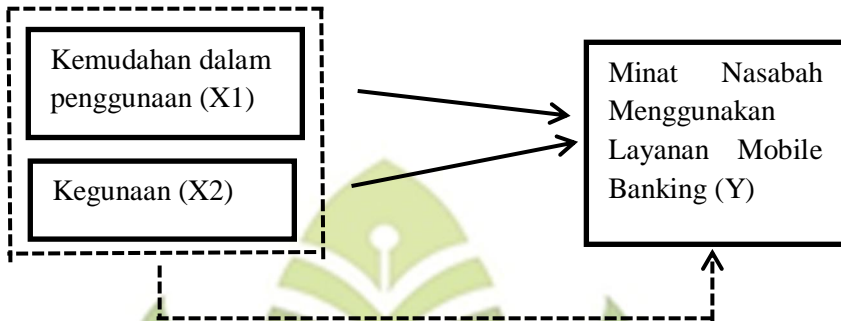
- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain
- c. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

²⁹ Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri" (Universitas diponogoro, 2008) 20.

B. Kerangka Berfikir dan Pengajuan Hipotesis

1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang dan masalah dalam uraian teori yang telah dikemukakan, maka disusun kerangka pikir untuk penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

Keterangan



= Uji Parsial



= Uji Simultan

2. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa variabel pada penelitian, baik dua ataupun lebih.³⁰ Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian selanjutnya dengan

³⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).

melakukan analisis dan pengumpulan data. Berdasarkan landasan teori yang sudah ada, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah digambarkan pada poin sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Konstruk ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya.³¹ Menurut Penelitian Mario Ledesman dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)” yang menyatakan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Selanjutnya menurut penelitian Budi Santoso dengan judul penelitian “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris Di Kabupaten Sragen)” menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of*

³¹ Jogianto, *Sistem Teknologi Informasi*.

use) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi

Namun berbeda dengan penelitian dari Wafid Renaldi dengan judul penelitian “Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bni Syariah Wilayah Tangerang Selatan)” yang menyatakan bahwa Variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BNI Syariah. Hal tersebut sama halnya dengan penelitian dari Melfi Adela dengan judul penelitian “Pengaruh layanan M-banking Terhadap Kepuasan nasabah” yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan bebarapa uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Ho : Persepsi Kemudahan (*perceived Ease Of Use*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

H1 : Persepsi Kemudahan (*perceived Ease Of Use*) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

b. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.³² Menurut Davis persepsi

³² Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keprilakuan Edisi Revisi*, 114.

kegunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.³³ Menurut hasil penelitian Wafid Renaldi dengan judul penelitian “Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bni Syariah Wilayah Tangerang Selatan)” variabel kegunaan/manfaat secara signifikan memiliki pengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking BNI Syariah. Selanjutnya menurut penelitian Mario Ledesman dengan judul penelitian “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile bankink (Studi pada BSM Cabang Bandar Jaya) menyatakan bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking.

Berbeda dengan penelitian Budi Santoso dengan judul penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris Di Kabupaten Sragen)” yang menyatakan bahwa persepsi pengguna terhadap kegunaan dalam menggunakan TI (PU) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penilaian akan dampak yang dialami oleh seseorang bila menggunakan suatu sistem tertentu dalam pekerjaannya.

³³ Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology.”

Berdasarkan bebarapa uraian di atas, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Ho : Persepsi Kegunaan (*perceived Usefulness*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile banking.

H2 : Persepsi Kegunaan (*perceived Usefulness*) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile banking.



DAFTAR RUJUKAN

- A.Karim, Adiwarmar. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2016.
- Agama, Departemen. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015.
- . “Al-Qur'an Dan Terjemahan.” *Cipta Bagus Segara*.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Andi Riyanto. “Kepuasan Pelanggan.” *Kepuasan Pelanggan* (2018): 10–27.
- Bank Indonesia. “Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Direktorat Penelitian Dan Pengaturan Perbankan,” (2007): 78.
- Banking, Bijak Ber-electronic. “BIJAK BER-ELECTRONIC BANKING” (n.d.).
- BSI, website resmi. “Terus Bertransformasi Digital, BSI Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik.” <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/terus-bertransformasi-digital-bsi-raih-penghargaan-mobile-banking-syariah-terbaik>.
- Davis. “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology.” *Jurnal Management Information System (Online)* Vol.13 No. (n.d.): 320.
- . “Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology.” *Jurnal Management Information System (Online)* Vol 13, No (n.d.): 318.
- Dwityanti, Esthi. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri.” Universitas diponogoro, 2008.
- Firdaus, Muhammad Ridwan. “E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” *Jurnal* Vol. XIV, (2018): 148.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- H.M, Jogiyanto. *Sistem Informasi Keprilaku Edisi Revisi*, n.d.
- Harish, Irfan Nurahmadi. “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Harlan, Dwi Mastia. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*. Yogyakarta: Skripsi Akuntansi, 2014.
- Indrawan, Rully & R Poppy Yuniawati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan Dan Pendidikan*, n.d.
- Jogianto. *Sistem Teknologi Informasi*. Jakarta: Pranada Grup, 2009.
- Juliansya, Arius. “Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan M-Banking.” *Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 6 (2018): 1.
- Kadir, A. *Penggunaan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Laras. “Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, Stanley . *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997.
- Luh, Ni, and Nyoman Sherina. “ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI DI NUSA DUA BEACH HOTEL & SPA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Ind” 1 (2014): 167–184.

- Made Yuliara, I. "Regresi Linier Berganda." *Jurusan Fisika Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana* (2016): 2.
- Mahardika, Widjana. *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2010.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Nuraeni, Oleh : "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)." *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2021): 94 – 100-94 – 100. <https://stiemputtaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/197>.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2011.
- Prabunda Tika, Moh. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016.
- Ruslan, Rusady. *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja grafindo, 2006.
- Sekarini, Dita Monica. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening*, 2016.

- Singgih, Santoso. *Mengatasi Masalah Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia, 2004.
- Siregar, Sofiyon. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Suharyadi, Purwanto SK dan. *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba empat, 2004.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- . *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sunarto, Ridwan. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Tjiotono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Wibowo, Presintia Citra. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah” (2019): 25.
- Wibowo, Yandi. “Analisis Tingkat Kesuksesan Mobile Banking Dengan Menggunakan Respesifikasi Model Delone Dan Mclean.” Surakarta, 2011.
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumendalam Perspektif Ekonomi Islam”.” *Jurnal IAIN Sunan Ampel Surabaya* Vol. 01, N (2011): 26–27.
- “<https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Shareholdings.Html>.”
- “<https://Www.Bankbsi.Co.Id/>.”
- “<https://Www.Bankbsi.Co.Id/>.”

“Kamus Besar Bahasa Indonesia Online.” *Diakses Pada 17 Juni 2022*
Pukul 20:58.

