

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri saat ini telah memasuki era baru yang dikenal dengan era industri 5.0. Di era ini penggunaan teknologi digital semakin meningkat untuk membuat pekerjaan manusia menjadi lebih efektif dan efisien. Hal ini terlihat dari banyaknya platform digital yang hadir di berbagai bidang kehidupan, mulai dari kesehatan, pendidikan, bisnis, keuangan hingga sektor keagamaan. Di sektor keuangan, konsumsi digital masyarakat menyebabkan seluruh lembaga keuangan berlomba-lomba digitalisasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan investor. Selama beberapa dekade terakhir, sektor perbankan tampaknya menjadi salah satu terdepan dalam digitalisasi, terbukti dengan lahirnya ATM, *internet banking*, *mobile banking*, digital banking, dan berbagai inovasi digital lainnya dirancang untuk meminimalkan biaya operasional sekaligus memaksimalkan layanan kepada nasabah.<sup>1</sup>

Dalam praktik lembaga keuangan yang berwawasan lingkungan adalah upaya untuk menciptakan keberlanjutan lingkungan. *Green banking* merupakan kegiatan operasional bank yang berwawasan lingkungan sebagai upaya tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi dampak negatif dari kegiatan lembaga keuangan terhadap lingkungan. *Green banking* sendiri mempunyai cakupan yang lebih luas tidak hanya berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan saja, tetap juga mencakup pada pengarahannya kearah kehidupan sosial yang lebih baik. Penerapan *green banking* merupakan upaya merubah pandangan pembangunan nasional dari *greedy economy* yang fokus terhadap nilai *gross domestic product* sehingga akan menyebabkan eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, menjadi pemikiran baru yaitu *green economy* yang menerapkan prinsip 3P. Konsep ekonomi berkelanjutan yaitu *people*, *profit* dan *planet* (3P). Salah satu langkah yang dapat dilakukan bank untuk mengatasi tantangan di atas adalah dengan

---

<sup>1</sup> Mahmud Yusuf and Parman Komarudin, "Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah" 13, no. 2 (2022).

memperkenalkan sistem layanan perbankan berbasis digital, sehingga terciptalah ATM, *internet banking* dan *mobile banking*.<sup>2</sup>

Dari sekian banyak inovasi digital yang dilakukan perbankan, salah satu yang paling signifikan adalah bank digital. OJK memaparkan definisi terkait bank digital di dalam dengan memperkenalkan Peraturan OJK nomor 12/POJK.03/2021. Dalam peraturan tersebut menyebutkan bahwa bank digital merupakan lembaga perbankan yang masuk ke dalam bank berbadan hukum Indonesia (BHI). Dalam kategori ini, bank digital memiliki kemampuan untuk menyediakan dan memproses aktivitas perbankan melalui saluran elektronik tanpa memiliki atau menggunakan cabang fisik terbatas selain kantor pusat, pemberian layanan perbankan digital dapat dilakukan oleh bank baru atau bank lama yang bermigrasi ke bank digital.

Pelayanan perbankan yang dilakukan melalui jalur elektronik kini dapat dilakukan seluruhnya melalui metode daring, sehingga memungkinkan segala bentuk aktivitas nasabah yang sebelumnya dilakukan di cabang, antara lain: Bank digital dapat membuka rekening tabungan, deposito, mencetak rekening koran, mengajukan kredit, dan bantuan customer service bisa dilakukan oleh bank digital tanpa harus bertemu langsung antara nasabah dan pihak bank. Tentunya untuk memberikan pelayanan yang baik, tentu lembaga bank digital harus aktif mengembangkan teknologi daring yang ada untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah dan pengguna aplikasi Bank Digital.<sup>3</sup>

Bank Digital Syariah adalah bank yang menyediakan layanan daring atau media elektronik dan mempunyai kantor hanya di kantor pusatnya untuk melakukan transaksi perbankan. Keuntungan bentuk usaha ini bagi bank adalah biaya operasionalnya sangat rendah karena tidak memiliki

---

<sup>2</sup> Ega Belahag Yusuf, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, "Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi sebagai Wujud Penerapan Green Banking," *Istithmar* 7, no. 1 (Juni 30, 2023): 34–41, <https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i1.444>.

<sup>3</sup> "Memahami Bank Digital Serta Keunggulannya," 2023, <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/perencanaan/memahami-bank-digital-serta-keunggulannya>.

kantor fisik atau sumber daya manusia yang diperlukan, hanya membangun infrastruktur teknologi informasi digital. Model bisnis ini bertujuan untuk melakukan segmentasi pasar pada perbankan massal, dimana bank memberikan layanan kemudahan transaksi. Bank Digital Syariah di Indonesia saat ini termasuk PT Bank Aladin Syariah Tbk (IDX: BANK) (sebelumnya PT Bank Net India Syariah Tbk), sebuah perusahaan yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia yang bergerak di bidang perbankan.

Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994. Perusahaan yang semula bernama Maybank Nusa International ini merupakan perusahaan patungan antara Maybank dan Bank Nusa National. Pada tahun 2000, nama perusahaan diubah menjadi Bank Maybank Indocorp. Pada tahun 2010, perusahaan mulai beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama baru Bank Maybank Syariah Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2011, saham yang dimiliki Menteri Keuangan Republik Indonesia dialihkan kepada PT Prosperindo. Pada bulan Mei 2019, Maybank dan Prosperindo menandatangani perjanjian jual beli saham dengan Aladdin Global Ventures (sebelumnya NTI Global Indonesia) dan Berkah Anugerah Abadi, dengan Aladin dan Berkah bertindak sebagai pembeli saham. Selanjutnya, kepemilikan resmi perusahaan oleh Aladin dan Berkah dimulai pada bulan Desember 2019 yang ditandai dengan disetujuinya akuisisi oleh OJK, dimana kedua perusahaan tersebut masing-masing memegang 70% dan 30% saham perusahaan. Nama perusahaan diubah pada akhir Desember 2019, dan perjanjian akuisisi ditandatangani oleh kedua belah pihak pada Januari 2020. Pada tahun 2021, bank tersebut tercatat di bursa dengan singkatan BANK.

Di tengah besarnya peluang pasar keuangan syariah dalam negeri, lahirlah PT Bank Aladin Syariah Tbk (BANK) sebagai bank digital murni pertama. Sejak diluncurkannya aplikasi pada awal tahun 2022, emiten PT Bank Aladin Syariah (“Aladdin”) telah mampu menjangkau lebih dari 1 juta pengguna (*registered user*) per 30 September 2022. Nasabah bank ini berasal dari seluruh provinsi di Indonesia, dengan konsentrasi pengguna yang tinggi berada di wilayah dengan populasi umat Islam terbesar di Indonesia, antara lain Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Banten. Per 30

September 2022, bank syariah digital yang dikenal dengan kode emiten BANK ini mencatat penyaluran pembiayaan sebesar Rp 302,31 miliar. Laba operasional bank juga meningkat 119,22% dibandingkan 3Q21 menjadi Rp 62,25 miliar. Dari sisi penghimpun dana, bank berhasil mengumpulkan lebih dari Rp 5 triliun. Namun mengingat usia bank yang masih sangat muda, Aladin belum meraih keuntungan pada kuartal III 2022. Selain itu, pada Mei 2022, Aladin meluncurkan fitur penyaluran ZISWAF yang memungkinkan pelanggan menyalurkan Qurban, Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf. Bersama peluncuran fitur bill payment, fitur tersebut memperkuat posisi Aladin sebagai bank syariah digital yang dekat dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat, mengajak nasabah saling berbagi, menyebar kebaikan dengan mudah disalurkan kepada berbagai lembaga resmi yang sudah menjadi mitra Aladin.<sup>4</sup>

Dengan semakin majunya perkembangan teknologi masyarakat dituntut untuk cepat, praktis, dan hemat biaya. Setiap perusahaan ingin mengembangkan inovasi produk baru untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap mereknya. Keunggulan suatu inovasi produk yang ditawarkan kepada konsumen tergantung pada beberapa faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan produk baru tersebut. Agar suatu produk dapat diterima oleh konsumen, maka harus diperhatikan niat dan penerimaan penggunaan teknologi baru.

TAM diperlukan untuk membantu organisasi memahami mengapa teknologi diterima atau ditolak oleh pengguna. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, perusahaan dapat mengembangkan teknologi yang lebih baik dan memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima oleh pengguna. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pemanfaatan TIK diharapkan berdampak pada menjembatani kesenjangan digital dan membangun masyarakat yang berdaya pada informasi. Dalam masyarakat informasi, terdapat peningkatan kesadaran dan kebutuhan akan informasi sebagai sumber kekuatan.

---

<sup>4</sup> “Aladin Berhasil Raih Lebih Dari 1 Juta Pengguna!,” 2023, <https://aladinbank.id/aladin-berhasil-raih-lebih-dari-1-juta-pengguna/>.

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi komputer. Ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis. TAM merupakan perkembangan dari *Theory of Theoretical Action (TRA)* yang pertama kali dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980.<sup>5</sup> *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi komputer. Venkantesh (2002) melakukan perubahan pada model TAM dengan menambahkan variabel trust yang judul: *Trust enhanced Technology Acceptance Model*, melihat bagaimana variabel TAM dan kepercayaan berhubungan satu sama lain. Model Kepercayaan dan Risiko dalam Penerimaan Teknologi (TRITAM), yang menggabungkan variabel kepercayaan dan risiko selain variabel TAM, merupakan varian TAM tambahan (Lui dan Jamieson, 2003).

“*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi dalam konteks pekerjaan pengguna,” kata Davis mendasarkan penjelasannya pada teori tersebut. Model TAM menjelaskan bagaimana perilaku pengguna teknologi informasi didasarkan pada teori psikologi. berdasarkan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan persepsi manfaat (*Perceived usefulness*), sikap penggunaan (*attitude towards using*), niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan sistem sesungguhnya (*actual system usage*). Variabel yang dapat mempengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi adalah penilaian pengguna terhadap kegunaan dan kegunaan teknologi tersebut. Oleh karena itu, alasan manfaat dan kemudahan penggunaan seseorang

---

<sup>5</sup> “Teori Lengkap Tentang Technology Acceptance Model (TAM) Menurut Para Ahli Dan Contoh Tesis Technology Acceptance Model (TAM),” accessed November 22, 2023, <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-technology-acceptance-model-tam-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-technology-acceptance-model-tam/>.

menjadikan perilakunya dapat diterima dalam penggunaan teknologi informasi.<sup>6</sup>

Alasan masyarakat menggunakan bank digital yaitu menurut hasil survei Populix, 75% responden menilai layanan bank digital praktis, dan 74% menganggap penggunaan layanannya mudah. Kemudian 67% responden mengatakan layanan bank digital menghemat waktu, 65% menganggap bank digital banyak fiturnya, dan 62% menilai bank digital memudahkan untuk mengetahui pengeluaran. Dan 61% bank digital digunakan karena terintegrasi dengan *e-wallet*, dan 56% dengan *e-commerce*. Selain itu, 43% responden yang menggunakan bank digital karena dinilai lebih aman dan 29% banyak yang merekomendasikan bank digital.<sup>7</sup>

Minat adalah suatu perasaan ketertarikan atau kesukaan terhadap suatu aktivitas yang bisa diungkapkan lewat keikutsertaan kegiatan. Keikutsertaan dalam kegiatan menunjukkan seseorang cenderung lebih menyukai kegiatan tersebut dibandingkan aktivitas lain. Minat transaksi artinya terdapat elemen penggunaan barang dan jasa, sampai disamakan juga dengan minat beli (*willingness to buy*) yang meliputi elemen mengkonsumsi produk dan penggunaan jasa. Timbulnya minat melibatkan timbulnya pilihan dan berbagai sudut pandang terhadap suatu obyek.<sup>8</sup> Minat individu diketahui melalui pengambilan ketentuan membeli maupun memakai barang atau jasa. Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan barang/jasa mana yang akan dibeli, atau keputusan tidak melakukan pembelian suatu barang/jasa. Keputusan ini ditinjau dengan mempertimbangkan keperluan serta sumber daya masing-masing individu.<sup>9</sup>

Minat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor yang mempengaruhi minat setiap

---

<sup>6</sup> “Teori Lengkap Tentang Technology Acceptance Model (TAM) Menurut Para Ahli Dan Contoh Tesis Technology Acceptance Model (TAM).”

<sup>7</sup> Reza Pahlevi, “Apa Alasan Konsumen Gunakan Bank Digital? Ini Hasil Surveinya,” 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/apa-alasan-konsumen-gunakan-bank-digital-ini-hasil-surveinya>.

<sup>8</sup> Mislah Hayati Nasution, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking Factors Affecting The Interests Of Internet Banking” 1 (2015).

<sup>9</sup> Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Press, 2011),

seseorang, yaitu : Faktor dari dalam diri seseorang ini menyangkut mental dan fisik, Faktor emosional hal ini berkaitan dengan tingkat intensitas seseorang dalam memperhatikan apa yang diinginkannya atau terhadap objek tertentu. Faktor motif sosial ini berkaitan dengan kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungannya. Minat menabung di bank digital bermula dari minat yang ditimbulkan oleh preferensi promosi di berbagai dimensi dan pedoman yang berasal dari perkataan orang-orang yang pernah menggunakan Bank Digital.

Terkait Bank Aladin Syariah, dilihat dari segi kemudahan, Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Mendasar pada Iqbaria (2000) Menurut Amijaya persepsi kemudahan ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi informasi. semakin tinggi pula persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem<sup>10</sup>

Bank menyediakan sistem yang memudahkan nasabah dan pengguna untuk mendaftar, membuka rekening, dan mendaftar sebagai nasabah baru. cukup melakukannya secara daring menggunakan smartphone melalui Bank Aladin Syariah. Aplikasi dapat diunduh di Playstore. Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah menggunakan aplikasi Bank Aladin Syariah dengan menggunakan jaringan internet dan dapat dilakukan di Alfamart dan Alfamidi seluruh Indonesia tanpa harus ke ATM umum. Selain itu nasabah dapat mendaftar kartu ATM secara daring dengan mengikuti langkah-langkah sederhana di menu petunjuk aplikasi. Untuk mendapatkan buku tabungan ini bisa langsung mendownload laporan rekening bulanan secara daring.

---

<sup>10</sup> Ni Made Ari Puspita Dewi and I Gde Kt Warmika, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking" 5, no. 4 (2016).

Menurut Mayer Kepercayaan merupakan keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain.<sup>11</sup> Saat ini, semakin banyak kejahatan dan penipuan yang dilakukan melalui layanan Internet. Oleh karena itu, bank harus mampu memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa penggunaan layanan *e-banking* akan menjamin keamanan transaksi perbankannya. Keamanan berarti pengguna sistem informasi aman, risiko kehilangan data dan informasi sangat rendah, dan risiko serangan hacking rendah. Sebaliknya, keberhasilan berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna dijamin berhasil.

Kepercayaan adalah tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk setelah menggunakannya. Semakin besar minat penggunaan Aplikasi bank digital aladin syariah, maka semakin besar kepercayaan yang dirasakan seseorang dalam penggunaan Aplikasi Bank Digital Aladin Syariah sebaliknya semakin kecil minat penggunaan aplikasi maka semakin kecil juga kepercayaan yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi Bank Digital Aladin Syariah. Tingkat kepercayaan merupakan kemampuan produsen atau penyedia jasa dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan alat yang digunakan konsumen, guna meningkatkan kepercayaan penggunaannya.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi minat seseorang menggunakan Bank Digital Aladin Syariah adalah *islamic religiosity*. Menurut Adimarwan religiusitas adalah wujud aspek keagamaan yang tertanam dalam diri seseorang. Makna religiusitas dijelaskan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk hidup yang benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Islam merupakan pandangan hidup yang dapat membimbing setiap aspek kehidupan manusia berdasarkan aqidah, syariah,

---

<sup>11</sup> Christofora Megawati Tirtawinata, "Menjadi Pribadi yang dapat Dipercaya," *Humaniora* 4, no. 1 (April 30, 2013): 49, <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3417>.

dan akhlaq.<sup>12</sup> Tingkat religiusitas seseorang berbeda-beda, ada yang memiliki religiusitas tinggi, dan ada pula yang memiliki religiusitas rendah.

Seseorang yang religiusnya tinggi tentu sadar bahwa perbuatannya harus sesuai dengan ajaran agamanya. Serta akan menggunakan produk dan layanan yang menghormati dan mematuhi aturan Syariah yang telah ditinjau sebelumnya. Oleh karena itu, tingkat religiusitas dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat menggunakan bank digital aladin syariah.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino<sup>13</sup> hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital. Sedangkan pada penelitian dari Nopy Ernawati dan Lina Noersanti<sup>14</sup> bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital. Kemudian penelitian dari Rara Gustiana dan Ruslinda Agustina<sup>15</sup> hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital. Sedangkan pada penelitian dari Nurdin,dkk.<sup>16</sup> bahwa Variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital

---

<sup>12</sup> Nurul Khotimah, “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri” 05, no. 01 (2018).

<sup>13</sup> Jhon Fernos and Mairizal Alfadino, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru Dharmasraya,” *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2 (July 27, 2021), <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>.

<sup>14</sup> Nopy Ernawati and Lina Noersanti, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO” 03, no. 02 (2020).

<sup>15</sup> Rara Gustiana and Ruslinda Agustina, “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin,” 2023.

<sup>16</sup> Nurdin et al., “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (June 29, 2021): 30–45, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>.

Selanjutnya penelitian dari Rudi Haryono<sup>17</sup> hasil penelitian membuktikan bahwa variable religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital. Sedangkan pada penelitian dari Suprihati,dkk.<sup>18</sup> bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Digital.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang seberapa tingkat keminatan masyarakat menggunakan Bank digital Aladin Syariah dilihat dari Kemudahan, Kepercayaan dan *Islamic Religiosity* Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Islamic Religiosity terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank digital aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati
3. Apakah *islamic religiosity* berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati

---

<sup>17</sup> Rudi Haryono, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 1 (August 30, 2022): 133–56, <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>.

<sup>18</sup> Suprihati Suprihati, Sumadi Sumadi, and Muhammad Tho’in, “Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (March 24, 2021): 443, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>.

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati
3. Untuk mengetahui pengaruh *islamic religiosity* terhadap minat menggunakan Bank digital Aladin Syariah di Eks Karesidenan Pati

### D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan penjelasan serta manfaat, baik manfaat teoritis atau manfaat praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai minat penggunaan Bank Digital Aladin Syariah serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan Bank Digital Aladin Syariah

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Para stakeholder

Perusahaan yang mempunyai layanan Bank Digital Aladin Syariah diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran atau rekomendasi pihak-pihak terkait untuk meningkatkan kinerja melalui layanan Bank Digital Aladin Syariah

##### b. Bagi masyarakat atau akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang dapat memperluas pengetahuan masyarakat tentang layanan Bank Digital Aladin Syariah.

##### c. Bagi penelitian berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang relevan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Bank Digital terutama Bank Digital Aladin Syariah

## E. Sistematika Penulisan

Guna mendapatkan garis besar gambaran setiap pokok masalah yang ada dalam skripsi dan lebih mudah memahami. Maka dari itu penulis akan memutuskan untuk menyusun sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari tiga bagian: bagian awal, bagian utama dan bagian akhir dengan isi sebagai berikut :

### 1. Bagian Awal

bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan. pedoman transliterasi Arab dan Latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar

### 2. Bagian Isi

Pada bagian isi ini akan dibagi menjadi lima bab antara lain sebagai berikut :

#### BAB I ; PENDAHULUAN

Pada bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian

#### BAB II ; LANDASAN TEORI

Pada bab ini memaparkan tentang definisi dari teori-teori yang digunakan serta diuraikan secara signifikan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis penelitian

#### BAB III ; METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan dalam penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variable, variable operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

#### BAB IV ; HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang penjelasan hasil penelitian yang terdiri atas gambaran objek penelitian serta hasil pengujian yang diperoleh melalui data yang diolah dan pembahasan lebih lanjut terkait analisis data

BAB V ; PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung isi peneliti

