

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penerimaan teknologi yang hendak digunakan oleh seseorang atau pengguna teknologi, teori yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 merupakan ekspansi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan Ajzen dan Fishbein (1980). TAM meningkatkan dua konstruk utama ke dalam model TRA yakni persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model TAM dikembangkan dari teori psikologis yang memaparkan perilaku pengguna teknologi yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), perilaku (*attitude*), keseriusan (*intention*), dan ikatan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*).

Dari model TAM tersebut dapat diasumsikan jikalau individu menggunakan suatu teknologi pada umumnya berdasar agar menjadi puas penggunaannya atau mengoptimalkan manfaat teknologi tersebut. Sehingga bisa dikatakan bahwa perihal penting mengenai penerimaan teknologi informasi oleh penggunaannya merupakan penilaian dari penggunaannya sendiri terhadap manfaat yang didapat dari teknologi tersebut. Terdapat lima hal utama dalam model TAM ini, antara lain.¹

¹ Wahyuni Nur Syahril dan Brady Rikumahu, "Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom," *Jurnal Mitra Manajemen* 3, no. 2, (2019): 65.

a. *Perceived ease of use*

Variabel kemudahan penggunaan merupakan seberapa jauh individu mempercayai keberadaan teknologi akan lebih mudah dan usaha yang dikeluarkan minimum. Dari definisi tersebut, kemudahan penggunaan layanan virtual buka rekening online dianggap sebagai keyakinan (*belief*) tentang bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan teknologi. Jika individu meyakini bahwa keberadaan teknologi gampang dioperasikan, hal tersebut menjadikan alasan ia menggunakannya, begitu pula berlaku kebalikannya apabila individu meyakini adanya teknologi membuat sulit karena susah penggunaannya, maka hal yang dilakukan yaitu ia tidak ingin lagi menggunakannya.

b. *Perceived usefulness*

Persepsi kemanfaatan yaitu pandangan individu terhadap seberapa yakin dan percaya jikalau melalui bantuan teknologi dapat mengembangkan prestasi kerjanya. Pandangan perihal kemanfaatan dianggap sebagai keyakinan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Apabila individu meyakini keberadaan teknologi memberikan manfaat bagi dirinya, maka ia akan menjadi pengguna teknologi tersebut. Begitu pula kebalikannya, jika individu meyakini adanya teknologi tidak bermanfaat bagi dirinya maka dia tidak akan segan menggunakannya.

c. *Attitude towards using*

Perilaku penggunaan teknologi merupakan perilaku baik dan buruk individu ketika dihadapkan dengan keharusan berperilaku sesuai ketentuan. Dengan kata lain, diartikan sebagai evaluasi pengguna teknologi tentang tingkat minatnya dalam penggunaan sistem informasi.

d. *Behavioural intention to use*

Minat perilaku penggunaan ditunjukkan dalam perilaku individu yang cenderung memilih menjadi pengguna teknologi. Park (2009) mendefinisikan minat perilaku penggunaan teknologi sebagai atensi individu untuk bersikap dalam menggunakan teknologi.

e. *Actual system usage*

Perilaku penggunaan teknologi merupakan situasi dalam menggunakan sistem informasi yang sebenarnya. Apabila individu merasa bahwa sistem tersebut *user friendly* dan dapat menambah tingkat produktivitasnya maka hasilnya individu merasa puas telah menggunakan sistem tersebut. Wujud berhasilnya teknologi dapat diukur dari banyaknya waktu dalam mengoperasikan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut. Dari keadaan tersebut terdapat fakta yaitu apabila waktu yang dihabiskan dan frekuensi penggunaan teknologi semakin banyak maka mencerminkan *actual use*.

2. Minat Transaksi Nasabah

a. Pengertian Minat Transaksi Nasabah

Minat didefinisikan sebagai bentuk individu menyukai (kecenderungan hati) kepada hal yang diinginkan atau sesuatu yang mencuri perhatiannya.² Minat merupakan ketertarikan dan rasa lebih suka terhadap kegiatan yang dapat diekspresikan melalui partisipasinya dalam aktivitas tersebut. Partisipasi dalam suatu kegiatan menandakan bahwa individu memiliki

² KBBI Daring, diakses pada 09 September 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>.

kecenderungan hati untuk memilih kegiatan tersebut dari pada kegiatan lainnya.³

Minat bertransaksi berarti ada unsur menggunakan produk/jasa sehingga dipersamakan dengan minat beli (*willingness to buy*) yang di dalamnya ada unsur mengonsumsi produk atau menggunakan jasa. Munculnya minat berjalan seiring dengan munculnya opsi atau beberapa pandangan terhadap obyek.⁴ Minat seseorang dapat diketahui dari keputusan pembelian atau pemakaian produk/jasa. Keputusan membeli berarti proses memutuskan produk/jasa apa yang akan dibeli atau bahkan keputusan untuk tidak membeli produk/jasa apapun, keputusan tersebut dipertimbangkan dari segi kebutuhan dan dana yang dimiliki setiap individu.⁵

Nasabah adalah individu yang memperoleh manfaat dari sebuah produk atau jasa dari perusahaan perbankan. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 17 menjelaskan definisi nasabah yaitu individu yang menjadi pengguna jasa perbankan. Peran nasabah di dunia perbankan tergolong penting karena untuk menjalankan operasional usahanya, perbankan membutuhkan dana yang dapat diperoleh dari simpanan nasabah.⁶

Berdasarkan definisi di atas, maka minat transaksi nasabah diartikan sebagai dorongan atau keinginan untuk melakukan aktivitas

³ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 121.

⁴ Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking," *Jurnal Nisbah* 1, no. 1 (2015): 65.

⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 141.

⁶ Mislah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat ...*, 65.

pembiayaan dan jasa/layanan perbankan sesuai yang dibutuhkan atau yang disenangi.

b. Jenis-jenis Minat

Minat digolongkan ada bermacam-macam berdasarkan cara tinjauannya yaitu:⁷

- 1) Ditinjau dari Timbulnya
 - a) Minat primitif merupakan jenis keinginan yang muncul akibat adanya rangsangan kebutuhan psikologis atau untuk kelangsungan jaringan tubuh. Misalnya makan, kebebasan beraktivitas atau seks, dan rasa nyaman.
 - b) Minat kultural atau sosial merupakan jenis keinginan yang muncul tidak secara langsung, minat ini timbul karena adanya proses belajar yang timbul dari lingkungan sekitarnya.
- 2) Ditinjau dari Arahnya
 - a) Minat intrinsik yaitu minat yang muncul dalam diri dan mendasari seseorang untuk melakukan suatu aktivitas. Sebagai contoh pelajar yang sedang belajar karena membaca merupakan kegemarannya agar berwawasan dan berpengetahuan tidak dilakukan untuk alasan lain seperti agar mendapat pujian.
 - b) Minat ekstrinsik merupakan jenis minat yang berorientasi pada hasil akhir dari suatu aktivitas, minat tersebut kemungkinan dapat hilang apabila tujuan akhirnya berhasil dicapai. Misalnya siswa hanya belajar dengan

⁷ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2010), 32-33

tujuan hanya untuk mendapatkan peringkat pertama di kelas.

- 3) Ditinjau dari Cara Mengungkapkan
 - a) *Ekspressed interest* merupakan jenis minat yang dapat diketahui dengan menuliskan aktivitas yang disukai dan tidak disukai. Dari hasil jawaban yang ditulis tersebut, minat seseorang dapat diketahui.
 - b) *Manifest interest* merupakan jenis minat yang diketahui dari bagaimana seseorang mengamati langsung terhadap kegiatan-kegiatannya atau dilihat dari hobi yang sering dilakukannya.
 - c) *Tested interest* merupakan jenis ketertarikan yang diketahui berdasarkan jawaban tes objektif, tingginya peminatan dapat diselaraskan pada objek yang mendapat nilai tinggi. Jika hasil poin yang didapat bertambah tinggi maka dapat dikatakan peminatan individu terhadap suatu hal juga tinggi.
 - d) *Inventoried interest* merupakan jenis minat yang dapat diketahui dengan cara memakai alat yang distandarisasikan berupa pertanyaan, apakah suka atau tidak suka dengan kegiatan yang ditanyakan.

c. Minat dalam Pandangan Islam

Islam mengajarkan kepada seluruh umat manusia apabila seseorang memiliki minat yang besar maka untuk mendapatkannya hendaklah disertai dengan ikhtiar yang sungguh-sungguh.

Sebagaimana penjelasan dalam Al quran surat ar-Ra'd ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ، وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَّالٍ

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”.⁸

d. Dimensi Minat Beli

Pengukuran minat pembelian konsumen dapat dilakukan dengan melihat empat dimensi pokok. Berikut ini penjelasan empat dimensi pokok minat beli:⁹

1) Minat Transaksional

Minat transaksional yaitu jenis minat dimana calon pembeli pada akhirnya bersedia melakukan pembelian berupa barang/jasa dari sebuah perusahaan. Minat transaksional ini membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari calon

⁸ Al quran dan Terjemahannya, Q.S. ar Ra'd Ayat 11.

⁹ Michael Eliezer Saragih dan Imanuddin Hasbi, “Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Linkaja,” *Jurnal E-Proceeding Of Management* 8, no. 1, (2021): 38.

konsumen terhadap citra perusahaan tersebut. Indikatornya adalah tertarik untuk memiliki produk/jasa.

2) **Minat Referensial**

Minat referensial yaitu jenis minat yang berasal dari referensi konsumen terhadap suatu produk kepada orang lain. Minat tersebut dapat hadir karena adanya pengalaman dan informasi produk/jasa dari konsumen dan menginginkan orang lain merasakan kepuasan yang sama seperti apa yang dialami saat menggunakan produk tersebut. Indikatornya adalah menggunakan produk/jasa dan merasa puas dengan produk/jasa tersebut.

3) **Minat Preferensial**

Minat preferensial merupakan kecenderungan yang identik dengan sikap konsumen untuk mendahulukan dan mengutamakan produk-produk tertentu yang menjadi preferensinya. Apabila terjadi hal yang tidak diinginkan terhadap produk yang menjadi prioritas utamanya maka dapat diganti dengan produk preferensi tersebut. Indikatornya adalah kesukaan terhadap produk/jasa dan mempertimbangkan untuk membeli atau melakukan transaksi.

4) **Minat Eksploratif**

Minat eksploratif adalah jenis ketertarikan dimana individu menunjukkan sikap terhadap suatu produk dengan mencari deskripsi dan informasi terkait produk beserta segala bentuk baik maupun

buruknya. Indikatornya adalah ingin mengetahui informasi produk/jasa¹⁰

3. Kemanfaatan

a. Pengertian Kemanfaatan

Manfaat dapat diartikan seberapa jauh individu yakin dengan penggunaan teknologi dapat mengembangkan pekerjaan penggunanya. Individu meyakini dengan menggunakan teknologi informasi dapat memperoleh manfaat bagi dirinya.¹¹ Dapat diyakini bagi setiap individu bahwa persepsi terhadap manfaat dapat diperoleh saat menggunakan teknologi informasi.

Wibowo (2008) menjabarkan kalau anggapan manfaat didefinisikan sebagai tingkat dimensi seseorang percaya apabila menggunakan teknologi dapat membawa manfaat untuk penggunanya. Sedangkan bagi Duta (2011), kemanfaatan teknologi informasi ialah utilitas yang didambakan pengguna untuk membantu menjalankan pekerjaannya. Ukuran kemanfaatan didasarkan pada seberapa sering menggunakannya serta keragaman program yang berjalan.

Dari penjelasan tersebut, dapat diambil garis besar bahwasannya manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang pada penggunaan teknologi dapat mempercepat kinerja dan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Salah satu faktor seseorang menggunakan teknologi yaitu mengharapkan

¹⁰ Esti Pujahati, *Penggunaan Fasilitas E-Banking dalam Menarik Minat Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu*, Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020, 41.

¹¹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology," *Jurnal Management Information System* 13, no. 3, 320.

mendapat banyak manfaat dan pekerjaannya selesai dengan efisien. Hal tersebut berarti jika manfaat yang diperoleh bertambah, maka berakibat pada banyaknya orang yang menggunakan teknologi tersebut.

b. Dimensi Kemanfaatan

Berikut ini beberapa dimensi kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yaitu kegunaan dan keefektivitasan.

1) Kegunaan (*usefulness*)

Kegunaan mengacu pada kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan virtual burekol. Suatu produk/jasa dikatakan berguna apabila dapat memuaskan suatu kebutuhan dan dapat memuaskan keinginan manusia.

Indikator dari dimensi kegunaan antara lain:

- a) *Makes job easier*, pekerjaan beroperasi menjadi lebih mudah.
- b) *Increase productivity*, memperbanyak keterampilan serta efisiensi produktivitas.

2) Efektivitas

Indikator dari dimensi efektivitas ini antara lain:

- a) *Enhance effectiveness*, dapat mempercepat kinerja pengguna dari waktu ke waktu.
- b) *Improve job performance*, dapat mengembangkan prestasi kerja..

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat dikatakan bahwa kemanfaatan yang diperoleh saat menggunakan layanan virtual buka rekening online yaitu meminimalisir waktu terbuang sia-sia sehingga dapat meningkatkan kinerja pengguna. Pengguna dapat

memanfaatkan kegunaan dan keefektivitasan sebuah teknologi untuk membantu menyelesaikan pekerjaannya.

c. **Kemanfaatan Penggunaan Teknologi dalam Perspektif Islam**

Kemanfaatan penggunaan teknologi dilihat dari sudut pandang Islam dapat ditemukan pada surat Al Anbiya ayat 80:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ ۚ فَهَلْ أَنتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya: “Dan telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).”

Dari ayat tersebut, dapat ditafsirkan ayat ini merupakan landasan utama bagi upaya penciptaan alat dan akal. Allah menyampaikan berita tentang Nabi Daud AS yang membuat baju besi teropong dan makan dari kerja kerasnya. Kemudian Adam adalah seorang petani, Nuh seorang tukang kayu, Luqman seorang penjahit dan Thalut penyamak kulit.¹²

Berdasarkan tafsir di atas, Islam mengajarkan untuk menciptakan dan menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan. Begitupun berlaku pada teknologi saat ini, dimana keberadaannya memudahkan manusia. Namun disisi lain, jika digunakan untuk tujuan yang buruk teknologi bias menjadi musuh. Oleh karena itu, sebagai umat Islam

¹² Didik Tri Susanto, “Pemanfaatan Teknologi dalam Islam,” Teknomuslim, 5 Januari 2012, <https://medium.com/teknomuslim/pemanfaatan-teknologi-dalam-islam-cd0ace7f67d7>

harus memanfaatkan keberadaan teknologi dengan cara yang baik agar bermanfaat bagi umat dan agama.

4. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Keamanan dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang aman tanpa adanya bahaya yang mengancam data konsumen. Perasaan terlindungi dari kejahatan yang disengaja maupun yang tidak disengaja seperti bencana alam juga termasuk mencakup pengertian keamanan. Menurut Hua (2009), konsep keamanan berpacu pada keahlian seseorang mempertahankan diri dari potensi yang mengancamnya. Keamanan dalam lingkup online mengacu pada bagaimana situs web perusahaan online berupaya melindungi informasi dan transaksi keuangan konsumen dari pembobolan data. Sementara *Perceived Security Controls* menjelaskan seberapa aman situs web dan kemampuannya untuk melindungi informasi lain dari potensi adanya ancaman.

Menurut Casalo *et al.*, menafsirkan keamanan dari perspektif konsumen adalah upaya perbankan online agar konsumennya terhindar dari penipuan dan pencurian data, sehingga informasi atau data konsumen tetap terjaga dari pihak yang tidak berwenang.¹³ Apabila dalam situs internet memiliki tingkat keamanan yang tinggi maka konsumen merasa

¹³ Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)," *Jurnal Studi Manajemen* 8, no. 1, (2014) 5.

aman untuk melakukan transaksi, berbeda dengan konsumen yang menilai situs internet tidak cukup aman maka cenderung enggan digunakan untuk transaksi karena perlindungan yang kurang memadai.

Pentingnya keamanan dapat digambarkan dalam sabda Nabi Shallallahu ‘alaihi wa salam berikut ini:

من أصبح منكم آمنا في سربه معافى في جسده عنده قوت يومه فكأ
نما حيزت له الدنيا

Artinya: “Barangsiapa merasa aman di tempat tinggalnya, tubuhnya sehat dan mempunyai bekal makan hari itu, seolah-olah dunia telah ia kuasai dengan keseluruhannya.” (H.R. Tirmidzi No. 2268).

Dari hadits tersebut dapat diketahui dengan adanya rasa aman, terpenuhi pangan dan papan seolah telah menguasai bumi. maka dari itu, sebuah kehidupan membutuhkan keamanan karena perannya begitu penting. Sama halnya dengan sistem teknologi dengan adanya keamanan yang baik, maka pengguna merasa nyaman dalam menggunakannya.

b. Dimensi Keamanan

Seorang konsumen bersedia mengungkapkan informasi pribadi dan melakukan transaksi dengan rasa aman ketika konsumen mendapatkan jaminan keamanan sesuai dengan yang diharapkan. Terdapat lima dimensi keamanan yaitu *privacy*, *integrity*, *authentication*, *availability*, dan *non-repudiation*. Berikut ini penjelasan dimensi keamanan.

1) *Privacy*

Aspek terpenting dalam *privacy* adalah upaya untuk melindungi informasi dan data pribadi yang bersifat privat dari orang ingin mengaksesnya padahal tidak berhak atas itu. Privasi pada intinya berfokus pada data-data yang sifatnya hanya diri sendiri yang diperbolehkan tau (privat). Privasi merupakan hak milik setiap orang karena didalamnya terdapat data uang yang tidak semua orang boleh mengetahuinya. Berikut ini tiga indikator dari dimensi privasi.

- a) Pengawasan,
 - b) Gangguan yang dirasakan, dan
 - c) Informasi pengguna.
- 2) *Integrity*
- Integritas diartikan sebagai informasi relevan yang dapat digunakan untuk mencegah kemungkinan penghapusan informasi oleh orang yang tidak berwenang. Indikator dari dimensi integritas yaitu citra perusahaan.
- 3) *Autentification*
- Autentifikasi merupakan sebuah proses, cara, dan tindakan yang membuktikan sesuatu secara autentik. Autentifikasi berfungsi untuk memastikan keutuhan sebuah data elektronik, sehingga dapat digunakan sebagai alat bukti. Adanya autentifikasi ini dapat membuat data pribadi menjadi lebih aman agar tidak terjadi kekhawatiran dalam menggunakan layanan virtual burekol. Indikator dalam dimensi ini adalah mempunyai bukti transaksi.
- 4) *Availability*
- Availability* merupakan dimensi yang berkaitan ketika membutuhkan informasi

atau data dapat dengan mudah ditemukan karena sudah tersedia pada sistem. Namun apabila sistem informasi diserang akan berakibat pada menghambatnya ketersediaan informasi yang diberikan. Indikatornya adalah terjaminnya informasi.

5) *Non-repudiaton*

Non-repudiaton merupakan titik dimana seseorang tidak dapat menyangkal telah mengakses data atau telah bertransaksi. Indikator dalam dimensi *non-repudiation* adalah transaksi yang terjamin.

5. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan diartikan bentuk keyakinan individu terhadap penggunaan teknologi kalau tidak sulit untuk menggunakannya dan penggunaanya tanpa membutuhkan usaha yang tinggi.¹⁴ Pandangan individu terkait dengan kemudahan penggunaan teknologi informasi dilihat dari seberapa besar tingkatan rasa yakin dan percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meminimalisir kesalahan yang dibuat dibandingkan tanpa menggunakan teknologi. Sehingga persepsi tersebut berakibat pada perilaku individu, tingginya utilitas yang diperoleh dari teknologi informasi hingga membuat anggapan akan kemudahan penggunaan sistem teknologi pun cenderung tinggi selaras dengan manfaat yang diperoleh tersebut.

Kemudahan penggunaan teknologi, dalam penelitian ini teknologi yang dikembangkan

¹⁴ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use...", 318.

dalam bentuk layanan perbankan berbasis digital. Perilaku individu ketika menggunakan teknologi menggambarkan bagaimana kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan melihat perilaku yang ditunjukkan pada sebuah produk maupun jasa apakah tampak suka atau tidak suka. Apabila individu terkesan suka maupun ketika tidak menyukai produk/layanan teknologi maka dapat tercermin dari perilaku, untuk keputusan menggunakan teknologi yang dihadirkan atau tidak menginginkannya.

b. Dimensi Kemudahan Penggunaan

Berikut ini beberapa dimensi kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yaitu relatif mudah, efisiensi dan kenyamanan.

1) Relatif Mudah

Berikut ini tiga indikator dari dimensi relatif mudah antara lain:

- a) *Easy to learn*, mudahnya mempelajari teknologi informasi
- b) *Clear and understand*, teknologi informasi jelas dan dapat dipahami
- c) *Easy to use*, operasional teknologi informasi mudah dilakukan

2) Efisiensi

Efisiensi merupakan usaha tepat atau sesuai untuk mengerjakan sesuatu. Indikator efisiensi adalah *flexible*, teknologi informasi dapat dijalankan secara fleksibel dimanapun dan kapanpun.

3) Kenyamanan

Menggunakan layanan virtual burekol dinilai lebih praktis dibandingkan harus membuat rekening dengan cara datang langsung ke bank. Nasabah disuguhkan kenyamanan dari pihak perbankan dengan menghadirkan inovasi buka rekening

online. Oleh karena itu indikator dari dimensi ini adalah tidak menyulitkan penggunaannya.

c. Kemudahan dalam Pandangan Islam

Berdasarkan firman Allah terdapat dalam Al quran Surat al Insyirah ayat 5-6 sebagai berikut:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (Q.S. al Insyirah ayat 5-6).

Berdasarkan ayat tersebut, dapat diketahui bagaimana Allah SWT menjamin dalam firman-Nya dibalik kesusahan dalam hidup terdapat kemudahan. Dalam konteks ini berkaitan tentang penggunaan layanan buka rekening online, dimana saat pertama kali menggunakan akan terasa menyulitkan jika tidak disertai informasi bagaimana cara mengoperasikannya. Setelah tahu bagaimana menjalankan layanan tersebut pasti akan merasakan mudahnya membuat rekening, selain meminimalisir kesulitan waktu tetapi juga tenaga.

6. Inovasi Perbankan Syariah Berbasis Teknologi

a. Bank Syariah

Bank didefinisikan sebagai bentuk lembaga keuangan yang kegiatannya mengumpulkan dan mendistribusikan pendanaan kepada warga agar memperoleh ekonomi merata dan bertumbuh serta menstabilkan ekonomi nasional sehingga masyarakat merasakan kesejahteraan

ekonomi.¹⁵ Bank syariah dimaksudkan sebagai pilihan lain masyarakat dalam memilih perusahaan perbankan selain bank konvensional, dimana operasional perbankan syariah menerapkan prinsip dasar kesukarelaan dan tidak ada pihak yang merasa tertindas dan menindas, berbeda dengan bank konvensional yang operasionalnya dengan sistem bunga.¹⁶ Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam memiliki alternatif lain untuk menggunakan produk/jasa perbankan berbasis syariah salah satu faktor pentingnya karena kegiatan operasionalnya berjalan dengan landasan ketetapan dan ketentuan Islam.

Menurut Undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, mengemukakan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).¹⁷

b. Layanan Buka Rekening Online (Burekol)

Kasmir menyatakan bahwa pelayanan adalah perilaku seseorang atau organisasi untuk memuaskan anggotanya.¹⁸ Pelayanan menjadi kunci berhasilnya suatu usaha yang sifatnya jasa. Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan mengenai keunggulan layanan yang

¹⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), 24.

¹⁶ Adiwirman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 24.

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2013), 7.

¹⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 15.

merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup seberapa ukuran perbedaan antara situasi nyata saat itu dan penerimaan layanan, dengan meningkatnya pelayanan maka nasabah akan merasa puas.

Virtual adalah sesuatu yang bersifat maya, dapat dikatakan bahwa virtual merupakan bentuk komunikasi yang secara substansial dilakukan dengan mediator berupa internet untuk menghubungkan orang lain. Komunikasi virtual tidak hanya membutuhkan internet namun juga sebuah aplikasi yang dijadikan sebuah ruang untuk bertemu secara virtual. Metode yang digunakan pun bervariasi, melalui *video call*, pesan atau *chatting*, panggilan suara, dan pesan suara dengan sifat tunda.¹⁹

Layanan virtual atau bisa disebut *e-service* merupakan layanan perbankan dengan menggunakan kecanggihan teknologi maya, sehingga aktivitas perbankan dapat dilakukan tanpa keluar rumah apalagi ke kantor perbankan. Selain menghemat waktu dan tenaga, layanan virtual ini sangat membantu operasional perbankan dan nasabah. Namun diperlukan edukasi terhadap nasabah agar tidak mengalami kesulitan sangat menggunakannya.

Teknologi informasi merupakan ragam bentuk kecanggihan teknologi yang keberadaannya digunakan dalam membantu pekerjaan manusia dalam hal mendapatkan informasi dan mengirimkannya dengan bentuk

¹⁹ Laudia Tysara, Virtual Adalah Bentuk Komunikasi Maya, Ketahui Pengertian dan Jenisnya, (Liputan 6, 2020), diakses pada 18 Maret, 2021, <https://hot.liputan6.com/read/4432733/virtual-adalah-bentuk-komunikasi-maya-ketahui-pengertian-dan-jenisnya>.

elektronik.²⁰ Dunia perbankan dituntut untuk mengembangkan strategi bisnis yang bekerja untuk mengoptimalkan kegiatan bisnis dan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Hal tersebut dilakukan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga operasional kegiatan dapat berjalan secara efisien begitupun dengan mutu layanan perbankan.

Dalam perspektif Islam, ilmu pengetahuan dan teknologi direpresentasikan dengan kegiatan mengubah sumber daya menjadi sumber daya lain yang memiliki nilai yang tinggi. Seperti yang dijelaskan dalam surah ar Ra'd ayat 11 yaitu

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (Q.S. ar Ra'd ayat 11).

Berdasarkan ayat tersebut, Al quran pada dasarnya mendorong manusia berteknologi agar kehidupan manusia meningkat. Upaya semacam ini adalah semacam rasa syukur atas keberhasilannya dalam merubah nasibnya, dan rasa syukur akan muncul ketika telah mencapai kesuksesan, sehingga kesuksesan yang diraih akan terus meningkat dari waktu ke waktu.

Industri perbankan telah mengembangkan layanan perbankan dengan menghadirkan inovasi layanan virtual yang beraneka ragam. Sejak merebaknya wabah Covid-19 yang pertama kali muncul dari Wuhan, China pada Desember 2020 lalu, telah menyebar hampir ke

²⁰ Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat....*, 65.

seluruh wilayah di dunia termasuk di Indonesia. Wilayah di Indonesia pun memberlakukan regulasi untuk membatasi kegiatan masyarakat sehingga aktivitas masyarakat di luar rumah harus diminimalisir. Situasi tersebut menyebabkan peningkatan transaksi online, termasuk penggunaan layanan virtual buka rekening online di sejumlah bank yang meningkat secara signifikan.

Kini tanpa harus mengunjungi kantor perbankan, masyarakat dapat dengan mudah membuka rekening, cukup dilakukan melalui aplikasi *mobile banking*, dengan mengunduh dan menginstall aplikasi tersebut kemudian melengkapi dokumen yang dibutuhkan dan video call dengan *officer bank* untuk verifikasi data. Kemampuan perusahaan dalam melayani nasabah secara *online* menjadi poin penting bagi keberlangsungannya. Sehingga dalam memberikan pelayanan elektronik (*e-service*), keinginan nasabah harus terpenuhi dengan kualitas layanan yang dihadirkan.

c. ***Electronic Banking (E-Banking)***

1) ***Pengertian E-Banking***

Electronic banking yaitu alat yang berguna bagi nasabah untuk membantu kemudahan transaksi dengan basis teknologi informasi elektronik. Perusahaan perbankan mengakomodasi nasabah dengan menyediakan fasilitas tersebut agar dapat diakses kapan saja, dimana saja serta situasi apapun. Kegiatan transaksional nasabah akan sangat terbantu dengan hadirnya *e-banking*, melihat dari minimnya waktu dan tenaga yang dikeluarkan selama nasabah

mempunyai koneksi internet atau sarana pendukung layanan tersebut.²¹

2) Saluran *E-Banking*

Berikut ini jenis-jenis teknologi *e-banking* beserta penjelasannya.²²

a) *Mobile Banking (M-Banking)*

M-banking merupakan bentuk jasa perbankan yang ditawarkan untuk mempermudah aktivitas perbankan nasabahnya didukung dengan telepon seluler dan internet.²³ Layanan pada aplikasi *m-banking* pun beragam yaitu pembayaran keuangan, transaksi non keuangan, info saldo dan pembayaran tagihan serta layanan inovatif lainnya.

Setiap perusahaan memiliki fitur yang beragam begitupun dalam pengembangan layanan *mobile banking* yang bervariasi. Sebagai salah satu contoh layanan perbankan virtual yaitu adanya layanan buka rekening online atau yang biasa disebut Burekol. Pengembangan lainnya yaitu adanya *customer service online* yang siap membantu nasabah secara cepat melalui robot chat atau *chatbot*. Kemudian hadirnya fitur-fitur islami seperti pengingat waktu shalat, kemudahan memberikan zakat, infaq, dan shadaqah.

²¹ Arga Satria Antasari, “Pengaruh Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan

Nasabah”, Universitas Brawijaya Malang 5, no. 2, (2013): 2.

²² Aan Ansori, *Penerapan E-Banking Syariah....*, 131-133.

²³ Hairunnisa, dkk., “Pengaruh Mobile Banking Service, 72.

b) *Internet Banking*

Internet banking didefinisikan sebagai saluran yang memungkinkan penggunanya bertransaksi dengan media internet. Keuntungan menggunakan *internet banking* dapat berupa kenyamanan bertransaksi karena terdapat informasi terkait yang ditampilkan melalui layar komputer maupun ponsel.

c) *SMS Banking*

SMS banking didefinisikan sebagai saluran yang memungkinkan penggunanya bertransaksi dengan cara memberi perintah SMS pada ponsel miliknya. Dalam prakteknya, saluran ini cukup merepotkan nasabah karena harus mengingat kode transaksi saat memasukkan pesan teks.

d) *Phone Banking*

Phone banking merupakan jenis layanan yang pengoperasiannya menggunakan panggilan telepon rumah maupun telepon seluler yang sudah disediakan nomor akses khusus untuk menghubungi *customer service operator* (CSO).

e) Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

ATM dapat dikatakan sebagai jenis *e-banking* yang paling dikenal banyak orang, karena kebanyakan pemilik rekening di bank memiliki kartu ATM dan otomatis jadi pengguna kartu dan mesin ATM tersebut. Berkat ATM nasabah tidak perlu pelayanan teller untuk mengambil uang, menyimpan uang, mengecek saldo rekening, transfer dan sebagainya.

3) Dimensi *E-banking*

E-banking memiliki tiga dimensi yaitu kepercayaan (*trust*), kemudahan (*easy of use*), dan kualitas informasi (*information quality*).²⁴

a) Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadi bahanimbangan oleh penggunaanya dalam memutuskan untuk beraktivitas dengan *e-banking*, terutama dari segi keamanan kegiatan yang menggunakan jaringan internet.

b) Kemudahan (*easy of use*)

Salah satu faktor terpenting untuk nasabah yaitu segi kemudahan dalam penggunaannya. Jika dalam penggunaan *e-banking*, pengguna mengalami kesusahan untuk mengoperasikan disebabkan ketidaktahuannya, maka nasabah akan cenderung mengurungkan niatnya untuk menggunakan fasilitas *e-banking*. Namun ketika nasabah sudah mengetahui bagaimana cara mengoperasikannya nasabah akan berinisiatif untuk mencoba menggunakannya.

²⁴ Dewi Rosa Indah, "Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5, no. 2, (2016): 548.

- c) Kualitas informasi (*information quality*)

Kualitas informasi layanan *e-banking* perlu memadai apa yang dibutuhkan penggunaanya, dengan informasi yang tersampaikan tersebut akan membuat lebih banyak transaksi yang dilakukan nasabah karena informasi mudah dipahami.

7. Keabsahan Akad Transaksi Online

a. Pengertian Akad

Akad berasal dari bahasa Arab, '*aqada*' artinya mengikat atau mengokohkan. Secara etimologi, akad berarti ikatan, mengikat atau *al-rabath*, yang maksudnya menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali yang ujungnya slaing terikat, hingga keduanya tersambung menjadi seutas tali. Dengan demikian, akad merupakan peristiwa hukum antara dua pihak yang berisi ijab dan qabul yang sah menurut syara' dan menimbulkan akibat hukum.²⁵

Kegiatan transaksi jual beli hal paling signifikan menyangkut keabsahan hukum jual beli adalah akad. Akad menentukan sah dan tidaknya jual beli tersebut. Signifikansi akad merupakan prasyarat yang harus dipenuhi. Tidak sah akadnya setiap transaksi, maka transaksi tersebut dilarang dalam Islam. Ketidaksahan suatu transaksi bisa disebabkan oleh rukun dan syaratnya tidak terpenuhi, terjadi dua akad yang saling berkaitan (*ta'alluq*), atau terjadi dua akad sekaligus. Tidak ada ketentuan transaksi harus berbentuk tulisan, dengan serah

²⁵ Muzalifah, "Keabsahan Akad Jual Beli Online Muslim Kelas Menengah Kota Yogyakarta Pasca Pandemi Covid-19", *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* 4, no. 1 (2021): 5.

terima (ijab qabul) melalui perkataan pun cukup mewakili untuk dikatakan suatu transaksi.²⁶

Kehadiran teknologi secara esensial mampu menghadirkan kemudahan dan automasi dalam transaksi. Sedangkan sisi syariah, Islam pada prinsipnya juga memastikan hadirnya kemaslahatan (*wellbeing*) bagi manusia. Hadirnya teknologi yang dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu bentuk penerapan nilai *mashlahah* yang tercantum dalam syariah Islam. Bahkan akademisi muslim dari Indonesia, Ahmad Wira menegaskan ulang bahwa fintech merupakan salah satu bentuk *mu'amalah syari'yyah* yang didorong oleh spirit kemajuan zaman. Kendati demikian, praktek-praktek bisnis dalam industri fintech juga tetap menafikkan larangan seperti *gharar*, *dharar*, *tadlis*. Selaras dengan pernyataan beberapa akademisi tersebut sejatinya teknologi juga telah mendapatkan konfirmasi positif dari Al Qur'an meski tidak secara eksplisit.²⁷ Konfirmasi tersebut berupa nilai substansial yang dibawa oleh teknologi yaitu kemudahan. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan dalam surah Al Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya

²⁶ Padian Adi Selamat Siregar, “Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam”, *Jurnal EduTech* 5, no. 1 (2019): 65.

²⁷ Much. Maftuhul Fahmi, “Inspirasi Qur'ani dalam Pengembangan Fintech Syariah: Membaca Peluang, Tantangan, dan Strategi Di Era Revolusi Industri 4.0”, *Jurnal Maulana Malik Ibrahim Malang* 5, no.1, 3.

dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur”. (QS. Al baqarah: 185).

Transaksi online memang tidak dilakukan dengan tatap muka (antara penjual dan pembeli tidak dapat bertemu secara langsung). Namun, satu hal yang dapat mengikat mereka adalah kepercayaan satu sama lain. Transaksi jual beli tersebut dapat terhindar dari cedera selama mereka menerapkan asas-asas akad syariah menurut Bab II, pasal 21 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), antara lain sukarela (*ikhtiyari*), menepati janji (*amanah*), kehati-hatian (*ikhtiyati*), tidak berubah (*luzum*), saling menguntungkan, kesetaraan (*taswiyah*), transparansi, kemampuan, kemudahan (*taisir*), iktikad baik, sebab yang halal.²⁸

Terdapat hal-hal yang dapat merusak akad dalam transaksi online selain dari mengabaikan asas-asas dalam akad, antara lain adanya unsur keterpaksaan (*al-ikrah*), kekeliruan pada objek akad (*galath*), penipuan (*tadlis*), dan tipu muslihat (*taghir*). Ketentuan tersebut juga terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) yang menyatakan bahwa suatu akad dapat dianggap sah jika memenuhi empat syarat, yakni adanya kata sepakat secara sukarela dari kedua belah pihak (*teostemming*), kecakapan atau kedewasaan (*behwaanheid*), mengenai pokok atau objek akad tertentu (*geoorloofdeoorzaak*).

²⁸ Muzalifah, “Keabsahan Akad Jual Beli Online Muslim Kelas Menengah...”, 6.

Jika dilihat dari bentuknya, akad transaksi online termasuk kedalam akad *mu'athah*. Akad *mu'athah* yaitu mengambil dan memberikan dengan tanpa perkataan (ijab dan qabul), sebagaimana seseorang membeli sesuatu telah diketahui harganya, kemudian ia mengambilnya dari penjual dan memberikan uangnya sebagai pembayaran. Terdapat beberapa hal yang dapat menyebabkan berakhirnya akad selain dari terpenuhinya tujuan akad antara lain pembatalan (*fasakh*), putus demi hukum (*infasakh*), kematian dan ketidakizinan dari pihak yang memiliki kewenangan dalam mengurus akad *muquf* (akad yang keabsahannya bergantung pada pihak lain).²⁹

b. Syarat dan Rukun Akad

Ketika melakukan transaksi ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, baik itu si penjual maupun si pembeli. Syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli yaitu:

- 1) Syarat bagi penjual dan pembeli
 - a) Baligh, artinya memiliki kemampuan memilih. Jadi orang gila, dan anak kecil (yang belum bisa membedakan) tidak dapat dinyatakan sah.
 - b) Beragama Islam, hal ini berlaku untuk pembeli bukan penjual. Dijadikan syarat karena dikhawatirkan jika orang yang membeli adlah orang kafir, maka

²⁹ Muzalifah, "Keabsahan Akad Jual Beli Online Muslim Kelas Menengah...", 7.

- mereka akan merendahkan atau menghina Islam dan kaum muslimin.³⁰
- c) Tidak ada pemaksaan.
 - 2) Syarat produk yang diperjualbelikan
 - a) Suci (halal dan baik), tidak sah menjual barang najis.
 - b) Memberi manfaat menurut syara', dilarang melakukan transaksi benda-benda yang tidak boleh diambil manfaatnya menurut syara'.
 - c) Barang tersebut merupakan milik sendiri, tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak seizin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya
 - d) Diketahui. Barang yang dijual harus diketahui informasi terkait banyaknya, beratnya, takarannya, jenisnya, atau ukuran-ukuran lainnya.
 - 3) Syarat sah ijab qabul
 - a) Tidak ada yang membatasi. Si pembeli tidak boleh diam saja setelah si penjual menyatakan ijab, atau sebaliknya.
 - b) Tidak digantungkan dengan hal lain
 - c) Ada kesepakatan ijab dan qabul pada orang yang saling rela dan merelakan.
 - d) Tidak dibatasi waktu. Misalnya "barang ini aku jual padamu satu bulan saja".³¹

Menurut jumhur ulama ada empat rukun jual beli yaitu penjual (*ba'i*), pembeli

³⁰ Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin, *Fiqih Madzhab Syafi'i*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), 28.

³¹ Padian Adi Salamat Siregar, "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet...", 60

(*mustari'*), benda/barang (*ma'qud 'alaih*), ijab qabul (*shighat*).³²

- 1) Penjual (*ba'i*), merupakan seorang atau sekelompok orang yang menjual benda/barang kepada pihak lain atau pembeli baik berbentuk individu atau kelompok.
- 2) Pembeli (*mustari'*), merupakan seorang atau sekelompok orang yang membeli benda/barang dari penjual baik individu maupun kelompok
- 3) Benda/barang (*ma'qud 'alaih*), merupakan objek dari transaksi jual beli baik berbentuk barang/benda maupun jasa.
- 4) Ijab qabul (*shighat*), merupakan penyerahan hak milik dari satu pihak dan ucapan penerimaan di pihak lain baik dari penjual dan pembeli.

c. Akad Transaksi Online

Transaksi online merupakan jual beli yang mengatasnamakan kepercayaan baik penjual maupun pembeli. Dalam transaksi online antara penjual dan pembeli tidak melakukan tatap muka secara langsung (tatap muka hanya dapat dilakukan secara virtual). Oleh karena itu, satu hal yang dapat memelihara kepercayaan tersebut adalah sikap *'antaradin*. Dengan demikian baik penjual maupun pembeli dapat menghindari jual beli yang dilarang dalam Islam, seperti jual beli *gharar*, jual beli barang-barang haram dan najis, jual beli *mulamasah*, jual beli *mukhadharah*, jual beli *munsbaadzah*, jual beli *muzabanah* atau *muhaqalah*, jual beli

³² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), 76.

satu barang dengan dua harga, jual beli dengan mekanisme judi (*maisir*).³³

Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad *as salam*, ini diperbolehkan dalam Islam. Transaksi online termasuk jual beli yang sah (*shahih*) apabila telah memenuhi syarat dan rukun akad. Rukun akad meliputi pelaku, objek, serta ijab dan qabul. Apabila rukun terpenuhi maka transaksinya sah. Adanya *khiyar* sebagai pilihan bagi penjual atau pembeli untuk melakukan pembatalan atau melanjutkan transaksi. Mengingat transaksi jual beli berlandaskan atas dasar saling percaya satu sama lain. Sebagaimana diterangkan tujuan dilakukannya *khiyar* ini untuk menguji kualitas barang agar terhindar dari kerugian. Sehingga transaksi tidak mengandung unsur *gharar*.³⁴

Ketika melakukan transaksi online melalui internet, dimana penjual dan pembeli bertemu secara tidak langsung dalam suatu tempat akad. Akad tersebut berperan penting untuk menentukan keabsahan transaksi. Hal ini untuk mengantisipasi terhadap kemungkinan adanya penipuan (*tadlis*) menyangkut tentang sifat barang yang dilakukan di dunia maya. Dalam Islam adanya *khiyar* ini dipandang baik dalam transaksi online dengan menjamin segala kemungkina yang terjadi.

Transaksi online memberikan kebaikan yang berdampak pada kemaslahatan bagi manusia dalam bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam juga menjami

³³ Muzalifah, "Keabsahan Akad Jual Beli Online Muslim Kelas Menengah...", 6.

³⁴ Padian Adi Salamat Siregar, "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet...", 60

terhadap segala kebaikan baik di dunia maupun akhirat. Dengan demikian transaksi online sah hukumnya, karena antara penjual dan pembeli bertransaksi berdasarkan kepercayaan, sedangkan kemungkinan adanya hal-hal yang tidak diinginkan dalam berlangsungnya transaksi diperlukan kehati-hatian dan pengetahuan yang cukup agar terhindar dari aspek penipuan dan kemungkinan lainnya, karena semua bentuk transaksi apapun itu mengandung risiko. Hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen atau nasabah dalam bertransaksi adalah memastikan bahwa barang/jasa yang akan dibelinya sesuai dengan yang disifatkan oleh si penjual sehingga tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari.³⁵ Hukum Islam pada dasarnya membolehkan segala praktek bisnis yang dapat memberikan manfaat. Dasar pengambilan hukum sebagai berikut:

1) Kaidah hukum Islam

الاصل في الاشياء الاءباحة حتي يد ل الدليل علي التحري

Artinya: “Dasar pada setiap sesuatu pekerjaan adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya”.

2) Hadits Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam*

(رواه الترمذى) المسلمون على شروطهم إل شرط حرم حلا لا أو
احل حراما

Artinya: “Kaum muslimin bertransaksi sesuai dengan syarat-syaratnya selama tidak

³⁵ Padian Adi Salamat Siregar, “Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet...”, 62.

mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”. (H.R Tirmidzi).

3) *Syarh al Yaqut an Nafis* karya Muhammad bin Ahmad al Syatiri

وَالْعَبْرَةُ فِي الْعُقُودِ لَمَعًا نِيهَا لَا لِصُورِ الْأَلْفَاظِ وَعَنِ الْبَيْعِ وَالشِّرَاءِ
بِوَسِطَةِ التَّلِيفُونَ وَالتَّلَكُّسِ وَالْبَرْقِيَّاتِ كُلِّ هَذِهِ الْوَسَائِلِ وَأَمَّا لِيَّة
مُعْتَمَدَةُ الْيَوْمِ وَعَلَيْهَا الْعَمَلُ

Artinya: “Yang diperhitungkan dalam akad-akad adalah substansinya, bukan bentuk lafalnya. Dan jual beli via telepon, teleks dan telegram dan semisalnya telah menjadi alternatif utama dan dipraktikkan”.

Ketika ada transaksi dengan jalan apapun yang memudahkan konsumen seperti dengan jalan elektronik, maka hal tersebut juga diperbolehkan, asalkan terdapat unsur kebenaran, menepati amanah, dan jujur (setia). Seperti yang dibahas dalam forum *Bahtsul Masail Mukhtamar NU ke-32* di Makasar tahun 2010, bahwasannya hukum akad (transaksi) melalui alat elektronik sah, apabila sebelum transaksi kedua belah pihak sudah melihat barang yang diperjualbelikan (*mabi'*) atau telah dijelaskan baik sifat maupun jenisnya serta memenuhi syarat dan rukun jual beli lainnya.³⁶ Dengan demikian, maka sesungguhnya perlu diadakan penambahan di dalam cara

³⁶ “Bahtsul Masail Hukum Jual Beli Online,” NU Online, 15 April, 2014, <https://islam.nu.or.id/post/read/51420/hukum-jual-beli-online>, diakses pada 04 Oktober 2021.

bertransaksi (ijab qabul) zaman ini, dimana selain dengan cara lisan, tulisan, isyarat dan perbuatan, maka dilkaukan pula melalui internet.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian tentang pengaruh kemnafaatan dan kemudahan penggunaan layanan virtual buka rekening online BSI terhadap minat transaksi nasabah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul (Volume, Nomor, Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan <i>Computer</i>	1. Variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. 2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan	Persamaan: 1. Sama-sama meneliti variabel independen (X1) yaitu kemanfaatan dan (X3) kemudahan. 2. Sama-sama

³⁷ Padian Adi Selamat Siregar, Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet..., 65.

	<p><i>Self Efficacy</i> terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” (Volume 1, Nomor 3, 2020)</p>	<p>(<i>Computer Self Efficacy</i>) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan</p>	<p>meneliti variabel dependen (Y) yaitu minat penggunaan.</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen (X3) pada penelitian ini adalah (<i>Computer Self Efficacy</i>), sedangkan variabel independen (X2) dalam penelitian yang akan dibahas yaitu Keamanan. 2. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNY.
--	---	---	--

			<p>3. Lokasi penelitian ini ada di daerah Yogyakarta, sedangkan lokasi penelitian yang akan dibahas ada di Kudus.</p>
2.	<p>Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah</p>	<p>1. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan.</p>	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu kemudahan penggunaan (X1) dan persepsi manfaat (X4). 2. Sama-sama meneliti variabel dependen (Y) yaitu minat penggunaan.

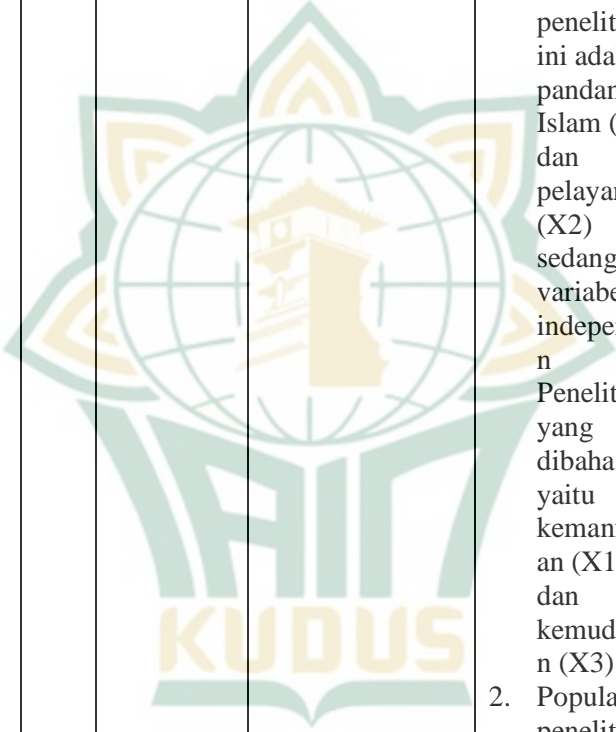
	dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan”, (Volume 3, Nomor 2, 2018)		<p>Perbedaan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen penelitian persepsi daya guna (X2) dan persepsi kepercayaan (X3). 2. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah BRI Lamongan. 3. Lokasi penelitian ini dilakukan di daerah Lamongan, sedangkan penelitian yang akan dibahas dilakukan di Kudus.
3.	Ahmad dan Bambang Setiyo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama meneliti

	<p>Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI)” (Volume 8, Nomor 1, 2014)</p>	<p>manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan <i>internet banking</i> secara signifikan.</p>	<p>variabel independen yaitu persepsi Manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan keamanan (X3).</p> <p>2. Sama-sama meneliti variabel dependen (Y) yaitu minat penggunaan.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Variabel independen penelitian ini yaitu ketersediaan fitur (X4), sedangkan penelitian yang akan dibahas tidak hanya ada tiga</p>
--	--	---	--

			<p>variabel independen.</p> <p>2. Populasi penelitian ini adalah nasabah BRI yang bertempat tinggal di kota Bangkalan.</p> <p>3. Lokasi penelitian dilakukan di kota Bangkalan, sedangkan penelitian yang dibahas dilakukan di Kudus.</p>
4.	Vina Pandu Winata, dkk, "Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan berpengaruh	<p>Persamaan:</p> <p>1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu kemudahan penggunaan (X_1),</p>

	<p>Keamanan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh” (Volume 2, Nomor 2, 2018)</p>	<p>positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan BSM <i>mobile banking</i>.</p>	<p>keamanan (X3).</p> <p>2. Sama-sama meneliti variabel dependen yaitu minat transaksi nasabah (Y).</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Variabel independen (X2) yang diteliti dalam penelitian ini adalah efisiensi, sedangkan variabel independen (X2) penelitian yang dibahas mengenai keamanan.</p> <p>2. Populasi penelitian ini adalah nasabah aktif yang menggunakan BSM</p>
--	--	--	---

			<p><i>Mobile Banking.</i></p> <p>3. Lokasi penelitian dilakukan pada PT Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh, sedangkan penelitian yang dibahas dilakukan di Kudus.</p>
5.	<p>Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan variabel pandangan Islam, pelayanan dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Namun, pada variabel pandangan Islam tidak terjadi hubungan yang signifikan.</p>	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama meneliti variabel independen yaitu keamanan (X1). 2. Sama-sama meneliti variabel dependen yaitu minat nasabah (Y).

	<p>Mandiri Cabang X” (Volume 9, Nomor 1, 2016)</p>		<p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah pandangan Islam (X1) dan pelayanan (X2) sedangkan variabel independen Penelitian yang dibahas yaitu kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X3) 2. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri. 3. Lokasi penelitian dilakukan pada PT
--	--	--	---

			Bank Syariah Mandiri Cabang X, sedangkan penelitian yang dibahas dilakukan di Kudus.
--	--	--	--

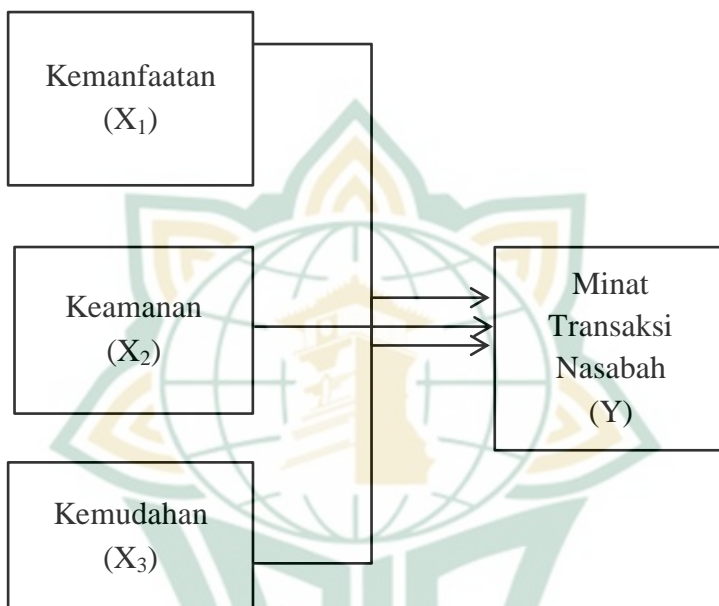
C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan pemikiran dasar riset yang dipadukan antara realitas, pengamatan dan analisis literatur.³⁸ Kerangka berfikir yang baik akan diuraikan mengenai keterkaitannya variabel satu dengan variabel lainnya. Pada sebuah penelitian perlu menjelaskan kerangka berfikir apabila penelitian tersebut berkaitan dengan dua variabel atau lebih.

Berdasarkan pada deskripsi yang diuraikan, peneliti akan menguji pengaruh variabel independen kemanfaatan, keamanan dan kemudahan penggunaan layanan buka rekening online terhadap variabel dependen minat bertransaksi nasabah. Berikut ini gambaran skema dalam kerangka berfikir penelitian ini:

³⁸ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 125.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Secara harfiah hipotesis adalah suatu pendapat yang belum sempurna atau kesimpulan sementara karena masih harus diuji kebenarannya terlebih dahulu melalui penelitian ilmiah.³⁹ Dalam sebuah penelitian, hipotesis digunakan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang belum sepenuhnya benar, sehingga dilakukanlah pengujian

³⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 20114), 130.

berdasar fakta nyata.⁴⁰ Di bawah ini rumusan hipotesis yang diambil antara lain:

1. Pengaruh Kemanfaatan Layanan Virtual Buka Rekening Online BSI terhadap Minat Transaksi Nasabah

Layanan virtual atau bisa disebut *e-service* merupakan layanan perbankan dengan menggunakan kecanggihan teknologi maya, sehingga aktivitas perbankan bisa dilakukan tanpa keluar rumah apalagi ke kantor perbankan. Kemanfaatan merupakan seberapa jauh individu yakin dengan penggunaan teknologi dapat mengembangkan pekerjaan penggunanya. Sehingga dengan adanya layanan virtual burekol, calon nasabah dapat menuat rekening baru secara online menggunakan ponsel miliknya tanpa harus keluar rumah dan mengantri di kantor perbankan. Untuk mengembangkan kemanfaatan dari sebuah teknologi harus memenuhi faktor-faktor diantaranya yaitu *makes job easier, increase productivity, enhance effectiveness, improve job performance*.

Pengaruh kemanfaatan layanan virtual buka rekening online terhadap minat bertransaksi nasabah didukung oleh penelitian Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*. Menurut penelitian Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yudianto Oentario, dkk (2017) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan

⁴⁰ Anak Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang, UB Press, 2012), 27.

signifikan terhadap *intention to buy* melalui *consumer attitude*.

Berdasarkan uraian dan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kemanfaatan layanan virtual buka rekening online BSI berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

2. Pengaruh Keamanan Layanan Virtual Buka Rekening Online BSI terhadap Minat Transaksi Nasabah

Keamanan merupakan upaya perbankan online agar konsumennya terhindar dari penipuan dan pencurian data, sehingga informasi atau data konsumen tetap terjaga dari pihak yang tidak berwenang.⁴¹ Apabila dalam situs internet memiliki tingkat keamanan yang tinggi maka konsumen merasa aman untuk melakukan transaksi, berbeda dengan konsumen yang menilai situs internet tidak cukup aman maka cenderung enggan digunakan untuk transaksi karena perlindungan yang kurang memadai.

Pengaruh keamanan layanan virtual burekol terhadap minat transaksi nasabah didukung oleh penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi (2014) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan *internet banking* secara signifikan. Menurut penelitian Vina Pandu Winata, dkk (2018) menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan BSM *mobile banking*. Menurut penelitian Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno (2018) menyatakan bahwa

⁴¹ Ahmad dan Bambang, "Pengaruh Persepsi Manfaat... , 5.

persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money*.

Berdasarkan uraian dan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Keamanan penggunaan layanan virtual buka rekening online BSI berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Layanan Virtual Buka Rekening Online BSI terhadap Minat Transaksi Nasabah

Kemudahan merupakan seberapa jauh individu mempercayai keberadaan teknologi akan lebih mudah dan usaha yang dikeluarkan minimum. Dari definisi tersebut, kemudahan penggunaan layanan virtual buka rekening online dianggap sebagai keyakinan (*belief*) tentang bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan teknologi. Apabila individu meyakini bahwa keberadaan teknologi gampang dioperasikan, hal tersebut menjadikan alasan ia menggunakannya, begitu pula berlaku kebalikannya apabila individu meyakini adanya teknologi membuat sulit karena susah penggunaannya, maka hal yang dilakukan yaitu ia tidak ingin lagi menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.⁴²

Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat transaksi nasabah didukung oleh penelitian Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan

⁴² Wahyuni dan Brady, "Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM)...", 65.

penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *online banking*. Menurut penelitian Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan produk *e-money*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yudianto Oentario, dkk (2017) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to buy* melalui *consumer attitude*.

Berdasarkan uraian dan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Kemudahan penggunaan layanan virtual buka rekening online BSI berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

