

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) sebagai teori perilaku (*behavior*) minat menggunakan. Teori yang menjelaskan anggapan individu terhadap teknologi berbasis sistem informasi dimana individu sebagai pengguna (*user*) memakai teknologi dilihat dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.¹ *Technology Acceptance Model (TAM)* ini merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis F.D dari teori sebelumnya yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)* atau dapat disebut teori tindakan beralasan, dimana tanggapan seseorang atau sudut pandang seseorang terhadap suatu hal dalam hal ini adalah teknologi informasi akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Model TAM ini di dalamnya membahas mengenai hubungan kausal atau sebab akibat dari penggunaan suatu teknologi berbasis sistem informasi dengan kepercayaan seseorang yang mempengaruhi perilaku atau tindakannya, tujuan dan kebutuhannya, serta pemakaian secara nyata atas teknologi informasi yang digunakan oleh pengguna. Model TAM nyatanya sudah terbukti dapat dijadikan model dalam memahami tingkah laku seseorang ketika memakai teknologi informasi. Dimana minat individu dalam menggunakan teknologi akan bertambah ketika individu tersebut merasakan suatu teknologi memberikan manfaat dan mudah penggunaannya.²

¹ Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Eveiyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2021): 60–61, diakses pada 24 Januari 2022, <https://jurnal-ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9632/5422>.

² Maria Tika Sanjani, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*,” (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), 25 – 26.

Konstruk atau model utama yang digunakan dalam TAM yakni persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Pengguna (*user*) akan memakai suatu teknologi hal yang pertama diperhatikan yaitu individu merasa suatu teknologi yang digunakan mudah dioperasikan. Kemudahan dalam penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat penggunaan suatu teknologi. Pemakaian suatu teknologi akan memberikan persepsi atau tanggapan yang positif terhadap teknologi yang disediakan dan juga akan memberikan tanggapan yang negatif sebagai dampak dari pemakaian teknologi tersebut. Dimana individu mendapatkan pengalaman yang kurang baik pada saat menggunakan teknologi itu. TAM sendiri merupakan model teori yang *parsimonious*, artinya model TAM memiliki pola yang sederhana namun valid. Sehingga teori ini dapat dijadikan landasan atau dasar dalam menentukan upaya-upaya untuk menumbuhkan minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.³

2. **Mobile Banking Bank Syariah**

Bank Syariah menurut Sjahdeini dalam Mukhtisar adalah suatu lembaga keuangan dengan perannya sebagai lembaga intermediasi atau perantara untuk mengelola dana masyarakat melalui bisnis perbankan dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang mungkin membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan dengan akad-akad yang ada di bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil dan melarang adanya riba atau bunga.⁴ Adanya Bank Syariah bertujuan untuk:

³ Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Program Layanan *Internet Banking* BRI),” *Jurnal Studi Manajemen* 8, no. 1 (2014): 3, diakses pada 6 April 2022, <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589/559>

⁴ Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Eveiyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2021): 59, diakses pada 24 Januari 2022, <https://jurnal-ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9632/5422>.

- a) Memberi arahan agar dalam bermuamalah khususnya dalam aktivitas perbankan dapat menghindari unsur-unsur yang dilarang seperti praktik *riba* ataupun penipuan (*gharar*).
- b) Menumbuhkan keadilan dalam roda perekonomian dengan cara memberi peluang untuk melakukan kegiatan investasi atau penanaman modal.
- c) Membantu menjaga agar perekonomian negara tetap stabil.
- d) Membuka peluang untuk masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya agar taraf hidup semakin baik.
- e) Upaya pencegahan terhadap kemiskinan dengan membuka program-program binaan untuk para pelaku UMKM atau usahawan seperti pengembangan modal kerja dan pengembangan usaha bersama.⁵

Pesatnya kemajuan teknologi informasi (TI) sangat memberikan pengaruh pada dunia perbankan syariah untuk meningkatkan pelayanan kepada para nasabahnya. Salah satunya dengan memanfaatkan *e-banking* untuk memberikan pelayanan yang aman, nyaman dan efektif. *E-banking* sendiri merupakan fasilitas layanan yang diberikan oleh bank dengan memanfaatkan media elektronik untuk akses nasabah menggunakan produk dan jasa perbankan seperti menggunakan *Personal Computer* (PC), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *telephone* atau *smartphone* sebagai *alternative delivery channel* (pilihan saluran pengiriman) yang mungkin bisa memberikan nasabah bank mendapatkan informasi, berkomunikasi dan melakukan kegiatan transaksi perbankan. Adapun produk-produk *e-banking* seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Fund Transfer* (EFT), *Point of Sales* (POS)/*Electronic Data Capture* (EDC), *Phone Banking*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking*.⁶

⁵ Sumirto, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan Tafakul)* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1996).

⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Supervisi Audit Intetm Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 56.

Adanya teknologi *e-banking* memberikan *feedback* baik kepada bank dan otoritas pengguna *e-banking* dalam memenuhi kebutuhan transaksi. *E-banking* yang dimiliki oleh perbankan dapat membantu mewujudkan gaya hidup masyarakat *less cash society* atau lebih banyak bertransaksi menggunakan media dan uang elektronik. *Less cash society* ini membuat aktivitas ekonomi menjadi lebih praktis dan efisien karena bersifat *real time* serta aman, tidak perlu membawa fisik uang sehingga dapat meminimalisir tindakan pidana kriminal atau pencucian uang. Bagi perbankan, adanya *e-banking* ini dapat mengurangi biaya operasional karena tidak memakan tempat dan memberikan *fee based income*.⁷

Salah satu produk *e-banking* yang saat ini banyak digunakan pada industri perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah yaitu *Mobile Banking* (*M-Banking*). Menurut Riswandi, *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang memberikan peluang bagi para nasabah bank untuk melakukan transaksi melalui aplikasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu *handphone* atau *smartphone*. Di era digital seperti sekarang ini yang selalu mengedepankan mobilitas, layanan *mobile banking* menjadi jawaban untuk membantu mengatasi kebutuhan transaksi nasabah hanya dalam genggamannya.⁸

Oleh Excelcom *mobile banking* pertama kali dirilis pada akhir tahun 1995 dengan latar belakang banyaknya persaingan di dunia perbankan pada saat itu dan untuk menjaga kepercayaan nasabah maka banyak bank yang mulai memanfaatkan kecanggihan teknologi secara cermat dengan membuat sesuatu yang baru atau inovasi dengan meluncurkan *mobile banking* untuk

⁷ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-eBanking* (Jakarta: OJK, 2015), 6, https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf.

⁸ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra dkk., *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 13, https://books.google.com/books/about/Teknologi_Finansial_Sistem_Finansial_Ber.html?id=3gn1DwAAQBAJ.

meningkatkan kualitas layanan mereka dan menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada nasabah.⁹

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, melakukan transfer antar rekening, pembayaran tagihan atau melakukan *top up e-wallet* tanpa mendatangi gerai bank dan tanpa bantuan petugas bank, tetapi kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* yang ada pada handphone/smartphone apa saja. *Mobile banking* dapat memberikan layanan yang bersifat *informational*, *communicative* dan/atau *transactional* dengan penjelasan sebagai berikut:

- a) *Informational* (memberi informasi). Sebagai salah satu layanan yang diberikan perbankan, *mobile banking* menyediakan fitur yang hanya memuat informasi terkait produk-produk dan jasa yang dimiliki suatu bank seperti penjelasan dari produk atau jasa, cara pembukaan rekening untuk produk atau jasa, dan/atau syarat dan ketentuan ketika ingin menggunakan produk atau jasa. Pada fitur ini, sistem hanya terhubung ke server hosting situs atau tempat penyimpanan data di *website* bukan ke server utama bank sehingga risiko yang dihadapi tergolong rendah seperti kacaunya informasi di situs bank yang bersangkutan karena *deface* (mengubah isi situs internet).
- b) *Communicative* (dapat berhubungan). Sistem kedua ini jauh lebih interaktif yaitu dalam sistem ini nasabah bisa melakukan dialog dengan server bank. Dialog disini berarti nasabah bisa melakukan interaksi dengan server bank diantaranya bisa meminta informasi saldo yang ada di rekening melalui aplikasi *mobile banking*, meminta data laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah

⁹ Eka Sulfiana, "Penerapan Sistem *Mobile Banking* dalam Peningkatan Pelayanan Nasabah Bank Sulselbar Cabang Baru" (Skripsi, IAIN Parepare, 2020), 14, diakses pada 25 Mei 2022, <http://repository.iainpare.ac.id/1192/1/15.2300.173.pdf>.

melalui aplikasi *mobile banking* ataupun melakukan kegiatan non-finansial lainnya. Dalam sistem ini diperlukan pengawasan yang lebih karena pada sistem ini berhubungan langsung dengan beberapa server jaringan yang ada di bank sehingga risiko yang mungkin dihadapi lebih besar dari pada sistem yang pertama.

- c) *Transactional* (dapat digunakan untuk transaksi). Pada sistem ini nasabah bisa leluasa melakukan kegiatan transaksi seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian, TOP UP dan transaksi lainnya. Jalur pada sistem ini berhubungan langsung dengan server utama *account* di bank bersangkutan sehingga risiko yang mungkin dihadapi cukup besar. Oleh karena itu, dibutuhkan pengawasan dan penjagaan yang ketat untuk melindungi sistem dari ancaman *cyber crime*.¹⁰

Untuk dapat menggunakan layanan *mobile banking*, sebelumnya seseorang harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mempunyai perangkat elektronik seperti *handphone/smartphone*.
- b) Menginstall aplikasi *mobile banking* bank yang digunakan.
- c) Mendaftarkan rekening bank yang dimiliki melalui aplikasi *mobile banking* untuk mendapatkan PIN dan *password*.
- d) Nasabah baru bisa *login* dan menggunakan menu atau fitur-fitur yang ada di aplikasi.
- e) Untuk menjaga keamanan nasabah akan diminta memasukkan *password* dan juga PIN ketika akan melakukan kegiatan transaksi.¹¹

¹⁰ Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, dan Karina Moeliono, "Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Di Bandung," *Bisnis dan Iptek* 10, no.2 (2017): 141–42, diakses pada 1 April 2022, <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/download/90/52/350>.

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-eBanking* (Jakarta: OJK, 2015), 14-15, https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf.

3. Kemudahan

a. Definisi Kemudahan

Kemudahan sendiri memiliki arti atau makna yang berbeda-beda pada setiap diri individu. Hal ini terjadi karena adanya persepsi yang dimiliki setiap individu yang berbeda pula. Pengertian persepsi sendiri merupakan proses yang dilakukan seseorang dalam memberi tanggapan melalui penangkapan, suatu pengelolaan, pengorganisasian serta penafsiran atas informasi yang didapat. Perbedaan tanggapan ini dipengaruhi oleh seberapa besar pengetahuan yang dimiliki, seberapa tinggi pendidikan yang ditempuh, pengalaman yang pernah dilalui, serta perhatian yang diberikan terhadap suatu informasi dan sebagainya.¹²

Menurut Jogiyanto, kemudahan penggunaan dijabarkan dengan seberapa jauh kepercayaan seseorang ketika menggunakan teknologi akan terhindar dari usaha yang besar. Teknologi Informasi (TI) yang memiliki fleksibilitas tinggi, mudah dalam mengoperasikannya dan juga memahaminya dipercaya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan oleh para penggunanya. Penggunaan suatu sistem yang berulang-ulang yang dilakukan oleh banyak orang (user) menandakan bahwa sistem tersebut memiliki cara kerja yang mudah dipahami serta mudah untuk digunakan.¹³

Definisi terkait kemudahan tersebut diperkuat dengan penjelasan yang dipaparkan oleh Davis bahwa ukuran untuk menunjukkan kemudahan menggunakan teknologi bisa dilihat dari kepercayaan

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET, 2013), 42.

¹³ Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi, Ni Kadek Sinarwati, dan Gede Adi Yuniarta, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha," *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 7, no. 1 (2017): 2–3, diakses pada 24 Januari 2022, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/10111/6439>

seseorang untuk memahami dan menggunakan teknologi tersebut secara sederhana dan tanpa banyak usaha. Kepercayaan akan kemudahan penggunaan ini nantinya yang akan menuntun seseorang dalam mengambil keputusan, apakah ingin melanjutkan menggunakan teknologi tersebut atau tidak melanjutkan menggunakan teknologi tersebut. Hal ini berlaku pula pada perusahaan perbankan yang turut berinovasi dalam pengembangan teknologi informasi pada bagian pelayanan salah satunya yaitu *mobile banking*. Salah satu yang menunjukkan adanya kemudahan dalam penggunaan atau indikator kemudahan penggunaan suatu teknologi dilihat dari efisiensi atau ketepatan dalam menggunakan teknologi tersebut dengan tidak membuang banyak waktu, tenaga dan juga biaya, penyajian fitur-fitur yang sederhana sehingga mudah untuk dimengerti, mudah dipelajari dan dapat menambah kemampuan individu dalam menggunakan teknologi baru.¹⁴

Penjelasan terkait kemudahan ini juga telah tercantum dalam Al-Qur'an, seperti yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah selalu memberikan kemudahan, menjauhkan hambanya dari kesulitan apapun dan tidak menekan hambanya dalam menjalankan syariat Islam dengan selalu memberikan rahmat-Nya supaya orang-orang dapat memiliki jiwa toleransi yang tinggi dan selalu

¹⁴ Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Eveiyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),” *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2021): 64, diakses pada 24 Januari 2022, <https://jurnal-ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9632/5422>

beriman kepada Allah SWT.¹⁵ Semakin berkembangnya teknologi informasi seperti sekarang ini membuka peluang yang menguntungkan bagi perusahaan perbankan yang dalam kegiatan operasionalnya menerapkan prinsip-prinsip syariah. Seperti adanya *mobile banking* yang dimiliki oleh perusahaan perbankan syariah menjadi penunjang di setiap kegiatan operasionalnya dan juga pelayanan yang lebih optimal menyesuaikan zaman dan kebutuhan nasabah, juga sebagai bukti bahwa perusahaan perbankan syariah mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip *syariah marketing*. Adanya teknologi informasi seperti *mobile banking* yang memberikan kemudahan akses untuk mendapatkan informasi dan juga berkomunikasi dengan pihak perbankan menjadi kunci bahwa perusahaan perbankan syariah menunjukkan kejujuran dan transparansi kepada para nasabah.

Adanya persepsi yang berbeda-beda yang ditangkap oleh masing-masing individu terkait arti kemudahan menjadikan pihak perbankan harus memberi pemahaman terkait layanan *mobile banking* yang ditawarkan. Seperti yang dijelaskan oleh Money bahwa persaingan produk dapat dikatakan berhasil atau gagal ketika konsumen (nasabah) mampu memahami secara rinci informasi tentang produk yang akan digunakan sehingga menumbuhkan rasa ingin menggunakan produk tersebut secara intensif. *Mobile banking* sebagai salah satu bentuk pengembangan teknologi yang dimiliki oleh perbankan dibidang pelayanan jasa, diharapkan memberi kemudahan para penggunanya untuk lebih leluasa melakukan transaksi baik finansial atau nonfinansial secara fleksibel dan dinamis yang dapat diakses dengan mudah dimana saja dan kapan saja. Jika suatu jasa yang diberikan oleh perbankan dalam

¹⁵ A. Malthuf Siroj, "Konsep Kemudahan dalam Hukum Perspektif Al Quran dan Hadist," *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman* 6, no. 2 (2019): 146, diakses pada 26 Januari 2022, <https://doi.org/10.33650/at-turas.v6i2.636>.

hal ini penggunaan mobile banking dipersepsikan memberikan kemudahan maka sebagai nasabah akan tergerak hati dan menumbuhkan niat serta minatnya untuk selalu menggunakan mobile banking tersebut.¹⁶

Sebuah teknologi dikatakan memiliki kualitas baik yaitu ketika penggunaanya merasa mudah dalam menggunakan dan mengoperasikan teknologi tersebut serta membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat dibandingkan tidak menggunakan teknologi tersebut. Jadi bisa dikatakan bahwa, ketika *mobile banking* bisa memberikan kemudahan layanan yang lebih kepada para nasabah dan mereka merasa terbantu dalam menyelesaikan transaksinya maka minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* akan semakin tinggi pula.¹⁷

b. Indikator Kemudahan

Sebuah persepsi kemudahan oleh Venkatesh dan Davis dibagi ke dalam beberapa ukuran:

- 1) *Clear and understandable*, mudah dipahami dan jelasnya interaksi antara individu dan sistem;
- 2) *Does not require a lot of mental effort*, usaha yang dikeluarkan untuk berinteraksi dengan sistem tidak banyak;
- 3) *Easy to use*, sistem tersebut mudah untuk digunakan;

¹⁶ Fernanda Idham Kholid dan Embun Duriyani Soemarso, "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang," *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no.2 (2018): 50–52, diakses pada 24 Januari 2022, <https://jurnal.polines.a.c.id/index.php/jse/article/view/1687>.

¹⁷ Adi Pratama dkk, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu)," *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral Akuntabel, Objektif* 2, no.1 (2019): 207, diakses pada 27 Januari 2022, <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/jan/article/download/1360010410>.

- 4) *Easy to get the system to do what he/she wants to do*, mudahnya pengoperasian sistem sesuai dengan keinginan individu yang mengerjakan.¹⁸

4. Keamanan

a. Definisi Keamanan

Seiring bertumbuhnya kemajuan ilmu pengetahuan dan kecanggihan teknologi yang telah digapai oleh manusia menjadikan lahirnya berbagai kejahatan di dunia perbankan dengan memanfaatkan jaringan komputer dalam internet. Kejahatan dalam dunia perbankan ini biasanya transaksi yang berbasis internet termasuk layanan *mobile banking* dimana harus menjaga keamanan data dan privasi nasabah.¹⁹

Keamanan dalam perbankan menjadi salah satu faktor yang menjadi penilaian nasabah dalam melihat mutu layanan perbankan.²⁰ Keamanan dalam *mobile banking* merupakan salah satu kekhawatiran yang dirasakan oleh perbankan yang tidak bisa mengendalikan jaringan perangkat yang dipakai. Hal ini yang kemudian menjadi kekhawatiran nasabah sebagai user sehingga menimbulkan kurangnya kepercayaan pengguna atau nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.²¹

Keamanan menurut Casalo et al., dalam penelitian yang dilakukan Ahmad dan Pambudi dilihat dari sisi user atau pengguna didefinisikan sebagai tindakan untuk melindungi identitas atau

¹⁸ Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta," *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia* 1, no.3 (2012): 8, diakses pada 24 Januari 2022, <https://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/view/882>.

¹⁹ Nunuk Sulisrudatin, "Analisa Kasus Cybercrime Bidang Perbankan," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 9, no. 1 (2018): 26–27, diakses pada 05 April 2022, <http://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jihd/article/view/296>.

²⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2017), 203.

²¹ Kitimaporn Choochote, *Mobile Banking Evolution or Revolution?* (Italia: Universitas Roma 'Tor Vergata', 2014), 100, <https://www.pdfdrive.com/mobile-banking-evolution-or-revolution-e1891151908.html>

privasi user (nasabah) dari tindakan penipuan dan pencurian data pada layanan online banking seperti penggunaan mobile banking.²² Keamanan yang dikemukakan oleh Tsiakis & Sthephanides dalam Wahyu dan Dewi adalah serangkaian tahapan sekaligus program untuk menjamin mutu dan kerahasiaan informasi serta memverifikasi atau membuktikan kebenaran dari informasi tersebut.²³

Sistem keamanan informasi dapat dimaknai sebagai proses penyelamatan dari dampak buruk yang muncul akibat berbagai bentuk *threats* atau ancaman terhadap sebuah sistem beserta mekanisme sistem yang ada di dalamnya sehingga keamanan *system actors* dan juga informasi data yang ada didalamnya dapat terjaga.²⁴

Definisi keamanan bertransaksi menurut Saputri dalam Wahyu dan Dewi adalah penerapan sistem berbasis teknologi kedalam sebuah server agar bisa melacak adanya tindak penipuan, pembobolan data sehingga data tersebut dapat terlindungi. Tingginya tingkat keamanan yang diberikan pada sebuah teknologi akan memberikan kepercayaan pada individu untuk menggunakan teknologi tersebut.²⁵

²² 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)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 5, diakses pada 06 April 2022, <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589/559>.

²³ Wahyu Prastiwi dan Dewi Kusuma Wardani Umaningsih, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*," *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi* 5, no. 21 (2020): 114, diakses pada 07 April 2022, <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>.

²⁴ Indra Ava Dianta dan Edwin Zusrony, "Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna *Internet Banking*," *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi* 3, no. 1 (2019): 2, diakses pada 06 April 2022, <https://doi.org/10.29407/intensif.v3i1.12125>.

²⁵ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, dan Sienny Thio, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *Jurnal*

Penguatan sistem keamanan informasi dalam dunia perbankan menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan dengan penjagaan terhadap data pribadi nasabah, atau privasi nasabah sehingga nasabah merasa aman dan juga nyaman. Pembentukan sistem keamanan dari layanan e-banking salah satunya terdapat layanan mobile banking bertujuan agar dapat mengurangi risiko tindak ilegal yang dilakukan oleh pihak yang tidak berwenang dengan cara pencegahan, menanggulangi dan melindungi sistem.²⁶

Islam adalah agama yang komprehensif yaitu bersifat mampu menerima dengan baik segala macam pembaharuan termasuk teknologi informasi dan permasalahan yang ada didalamnya. Berpatok pada tiga pilar Islam yaitu akidah (keyakinan), akhlak (moral) serta muamalah (hubungan sesama manusia) sebagai penunjuk jalan dalam kehidupan manusia termasuk membahas masalah teknologi kontemporer. Dalam agama Islam sudah banyak dalil dan juga kisah yang membahas masalah keamanan informasi.

Islam sudah menerapkan konsep IT Security atau keamanan dalam teknologi informasi sejak zaman Nabi Sulaiman AS. Dijelaskan bahwa Nabi tidak langsung mempercayai kabar atau informasi yang disampaikan oleh burung hud-hud mengenai Ratu Balqis dan rakyatnya, singkatnya untuk membuktikan kebenaran berita yang dibawa oleh burung hud-hud, Nabi Sulaiman AS melakukan *checking* dengan memerintah buruh hud-hud untuk mengirimkan surat dari Nabi Sulaiman AS kepada Ratu Balqis secara langsung demi menjaga kerahasiaan informasi di dalam surat sebagai bentuk validasi..²⁷

Manajemen Perhotelan 6, no. 1 (2020): 22, diakses pada 06 April 2022, <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1>.

²⁶ Fernanda dan Embun, “Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan, 52.

²⁷ Soediro Soediro, “Prinsip Keamanan, Privasi, dan Etika dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam,”

b. Aspek Keamanan Teknologi Informasi

Dalam menentukan keamanan sebuah teknologi informasi baik itu sistem, jaringan atau aplikasi, dalam buku Budi Rahardjo menjelaskan bahwa yang perlu dilakukan adalah mengevaluasi aspek CIA (*Confidentiality*, *Integrity*, dan *Availability*) sebagai prinsip utama dari keamanan. Namun selain itu ada juga aspek keamanan lainnya dengan penjelasan sebagai berikut:

1) *Confidentiality*

Aspek *confidentiality* atau kerahasiaan ini menjelaskan hanya orang yang berwenang yang bisa melihat dan juga mengakses data pribadi *user* atau pengguna demi menjaga kerahasiaan dan keamanan data dari serangan orang yang tidak berwenang (*hacker*).

2) *Integrity*

Aspek yang menjelaskan bahwa tanpa izin dari pemiliknya, suatu data atau informasi tidak dapat diubah. Aspek *integrity* dapat diserang ketika pengiriman data ke tujuan dengan menangkap data di tengah jalan yang kemudian diubah oleh pihak yang tidak berwenang lalu meneruskannya ke tujuan (*man-in-the-middle*). Apabila ada pihak lain yang berusaha masuk kedalam server dan mengubah data tersebut maka dapat dikatakan integritas data tidak lagi terjaga.

3) *Availability*

Aspek *availability* atau ketersediaan menjelaskan bahwa sistem yang berdasar teknologi informasi akan saling ketergantungan satu sama lain. Ketika sistem itu sedang dibutuhkan maka sistem dan data yang ada didalamnya harus selalu dapat diakses. Sistem yang rusak atau *not available* akan menghambat suatu pekerjaan sehingga tidak dapat mengakses data.

4) *Non-repudiation*

Aspek ini biasa ada dalam sistem yang berhubungan dengan kegiatan transaksi. Aspek yang digunakan untuk menjaga agar seseorang tidak bisa melakukan penyangkalan telah melaksanakan aktivitas transaksi. Penerapan pada aspek *non-repudiation* ini bisa menggunakan *message authentication code* atau pembuktian melalui pesan singkat.

5) *Authentication*

Aspek ini merupakan salah satu cara yang digunakan untuk membuktikan klaim adalah benar. Seperti pembuktian bahwa orang itu adalah benar-benar yang dimaksud, informasi atau data valid atau server yang dihubungi adalah server asli. Faktor-faktor yang bisa digunakan untuk membantu proses *authentication* adalah sebagai berikut:

- (a) Pengetahuan terhadap sesuatu seperti *user name/id*, kata sandi (*password*), dan PIN.
- (b) Sesuatu yang dimiliki dalam bentuk fisik seperti *debit card/ credit card* dalam perbankan, token atau kunci.
- (c) Menggunakan sesuatu bagian dari fisik pengguna seperti rekaman retina mata, sidik jari dan biometrik lain.

6) *Authorization*

Aspek *authorization* merupakan lanjutan dari aspek *authentication* dimana sebelumnya telah mengetahui *user* sesungguhnya yang kemudian memberikan hak kepada *user* untuk mengakses suatu sistem sesuai dengan *roles* atau perannya.²⁸

c. **Indikator Keamanan**

Adapun untuk membentuk minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*, suatu sistem yang digunakan harus bisa menjamin

²⁸ Budi Rahardjo, *Keamanan Informasi & Jaringan* (Bandung: PT. Insan Indonesia, 2017), 15–16, <http://budi.rahardjo.id/files/keamanan.pdf>.

keamanan dan privasi nasabahnya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keamanan sistem adalah sebagai berikut:

- 1) Jaminan keamanan
- 2) Kerahasiaan data
- 3) Dapat mencegah/mendeteksi adanya penipuan
- 4) Risiko kehilangan data sangat kecil²⁹

5. Manfaat

a. Definisi Manfaat

Menurut Thompson seseorang yang mengetahui manfaat dari penggunaan teknologi informasi seperti dengan menggunakan teknologi informasi tersebut akan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah sehingga meningkatkan prestasi kerjanya maka, individu akan cenderung menggunakan teknologi informasi tersebut.³⁰

Persepsi manfaat menurut Rahmatsyah dapat didefinisikan sebagai probabilitas subjektif atau kepercayaan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi ada manfaat yang mereka rasakan seperti dapat meningkatkan kinerja sehingga pekerjaan lebih efisien, merasa diuntungkan ketika menggunakan teknologi tersebut dari pada tidak menggunakannya baik secara fisik atau non-fisik.³¹

Persepsi manfaat menurut pandangan Davis dalam penelitian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani dijelaskan sebagai tahap kepercayaan seseorang akan kegunaan artinya user atau pengguna percaya ketika seseorang memakai sistem informasi

²⁹ Heriyana, "Pengaruh Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu)," *Jurnal Ekonomi* 10, no. 1 (2020): 35, diakses pada 22 April 2022, <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE>.

³⁰ Bella Maharani, "Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)," *Jurnal STEI Ekonomi*, (2020): 6, diakses pada 25 April 2022, <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2894>.

³¹ Ida Ayu Kade Rachmawati K. dkk., "Minat Penguunaan *E-Money* Syariah di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Visi Manajemen* 5, no. 3 (2020): 850, diakses pada tanggal 19 April 2022, <http://stiepari.greenfrogs-ts.co.id/jurnal/index.php/JVM>.

tertentu akan berdampak pada peningkatan prestasi dalam pekerjaannya.³²

Definisi persepsi manfaat menurut Jogiyanto dalam penelitian Niko Faizal Akbar hampir sama dengan Davis yaitu seberapa jauh seseorang atau user mempercayai bahwa kinerja mereka akan meningkat ketika menggunakan suatu teknologi.³³

Berdasarkan beberapa pemaknaan dari teori manfaat dapat diketahui bahwa manfaat ada karena persepsi atau penerimaan sesuatu dari diri individu. Manfaat atau kegunaan yang dirasakan merupakan suatu keyakinan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Ketika individu meyakini sebuah sistem itu memiliki nilai lebih dalam membantu menyelesaikan pekerjaannya maka mereka akan menggunakannya. Sedangkan ketika individu tidak meyakini sistem tersebut kurang berguna dalam membantu pekerjaannya maka mereka tidak akan menggunakannya dalam hal ini berkaitan dengan penggunaan aplikasi layanan perbankan seperti mobile banking.³⁴

Dalam penciptaannya, Allah selalu menciptakan sesuatu pasti dengan memberikan manfaat di dalamnya, tidak ada penciptaan Alah yang sia-sia seperti disebutkan pada Q.S. Ali Imran: 190 – 191.³⁵

³² Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)," *Jiab* 2, no. 2 (2016): 3, diakses pada 19 April 2022, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>.

³³ Niko Faizal Akbar, "Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang," *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 3, no. 3 (2019): 94, diakses pada 19 April 2022, <https://garuda.kemendikbud.go.id/>.

³⁴ Singgih dan Bulan, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik," 3.

³⁵ Via Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ وَخَيْلِ الْبَيْتِ وَاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ
 لِآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ 190
 الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي
 خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ ۗ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا ۗ
 سُبْحٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ 191

Artinya: “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal, (yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk, atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (sambil berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Maha Suci Engkau, lindungilah kami dari adzab neraka.”

Berdasarkan Tafsir Al-Wajiz, pada ayat tersebut dijelaskan, orang-orang yang berakal sehat percaya dan meyakini bahwa, Allah dalam menciptakan alam semesta seperti penciptaan langit dan bumi serta pergantian waktu siang dan malam penciptaannya dilakukan dengan sangat terperinci. Allah menciptakan segala sesuatu dimuka bumi tidak ada yang sia-sia dan pasti memiliki tujuan atau manfaat untuk makhluknya sebagai petunjuk atas kuasa-Nya, serta kejadian-kejadian lainnya yang membuktikan bahwa keberadaan, kekuasaan dan keesaan Allah benar-benar nyata adanya.³⁶

Adapun manfaat yang dapat dirasakan oleh *user* atau pengguna layanan *mobile banking* diantaranya:

³⁶ “Tafsirweb,” diakses pada 24 Oktober, 2022. <http://www.tafsirweb.com>.

1. Menghemat waktu, melakukan aktivitas transaksi tanpa perlu datang ke bank.
2. Praktis, dengan hanya menggunakan *smartphone*, aplikasi dan jaringan penunjang bisa melakukan transaksi dengan mudah.
3. Fleksibel, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapanpun secara *real time* serta bisa memantau aktivitas transaksi *user* melalui aplikasi *Mobile Banking*.
4. Gratis, biasanya aktivasi *mobile banking* yang ditawarkan oleh bank tidak dikenakan biaya pendaftaran atau administrasi bulanan.
5. Aman, dalam aplikasi *Mobile Banking* biasanya dilengkapi dengan keamanan ganda seperti adanya kode verifikasi, *password* yang dibuat oleh *user* atau nasabah, PIN pribadi *user* atau nasabah dan sistem keamanan yang sudah distandarisasi oleh pihak bank.³⁷

b. Indikator Manfaat

Pengguna atau *user* dapat merasakan manfaat penggunaan teknologi informasi dengan melihat beberapa indikator manfaat sebagai alat ukur yang meliputi:

- 1) Mempermudah pekerjaan, pada saat melakukan kegiatan transaksi menggunakan layanan *mobile banking*.
- 2) Produktivitas meningkat, pengetahuan dan juga kinerja *user* akan meningkat karena mampu menggunakan layanan *mobile banking*.
- 3) Efektivitas meningkat, menggunakan layanan *mobile banking* menjadikan *user* lebih cepat dalam mencari informasi terkait transaksi.

³⁷ A. Yudin, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya" (Skripsi, IAIN Palangkaraya, 2021), 17–18, diakses pada 25 April 2022, http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3632/%0Ahttp://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3632/1/SKRIPSI_AHMAD_YUDIN.pdf.

- 4) Berpengaruh terhadap tingkat kinerja *user* atau pengguna.³⁸

6. Pengetahuan

a. Definisi Pengetahuan

Pengetahuan yang dijelaskan oleh Notoatmodjo dalam Tjut Alini adalah proses penginderaan yang telah dilakukan oleh seseorang sehingga orang tersebut tahu akan sesuatu (objek). Proses penginderaan ini bisa dilakukan dengan menggunakan panca indera yaitu alat perasa manusia meliputi penglihatan, penciuman, pengecap atau perasa, pendengaran dan juga peraba (tubuh).³⁹

Menurut Jalaluddin, hasrat atau keinginan yang kuat untuk mengetahui sesuatu akan menimbulkan sebuah pengetahuan pada diri manusia dan akan menjadi lebih luas pengetahuan itu ketika rasa ingin tahu semakin kuat. Pengetahuan bisa didapat dari pengalaman yang telah dilalui oleh manusia baik pengalaman yang terjadi pada diri sendiri atau melalui lingkungan sekitar, yang tertangkap oleh indera.⁴⁰

Surajiyo dalam bukunya menjelaskan pengertian pengetahuan ialah istilah yang dipakai untuk menyebut jika seseorang tahu, kenal, mengerti atau pandai akan sesuatu. Sesuatu dalam pengetahuan yang dimaksud adalah adanya subjek atau seseorang yang tahu dan sadar untuk mengetahui objek yang menjadi hal atau perkara yang ingin diketahuinya. Dengan kata lain, pengetahuan dapat dikatakan hasil mengerti setelah melihat atau mengalami atas sesuatu

³⁸ A Yudin, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya," 6.

³⁹ Tjut Alini, "Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Ibu Hamil tentang Pemanfaatan Buku KIA," *Jurnal Ilmiah Maksitek* 6, no. 3 (2021): 18, diakses pada 18 Mei 2022, <https://makazioz.sciencemakarioz.org/index.php/JIM/article/download/294/289>.

⁴⁰ Kartika, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Banking* di PT. Bank Tabungan Negara Parepare" (Skripsi, IAIN Parepare, 2020), 6, diakses pada 11 Mei 2022, <http://repository.aiainpare.ac.id/1372/>.

dimana ada manusia sebagai subjek dan hal tertentu yang diamati sebagai objek.⁴¹

Pengertian lain tentang pengetahuan ialah suatu keadaan atau peristiwa yang menjadi tanda timbulnya sesuatu dan didapat seseorang lewat pengamatan akal. Timbulnya pengetahuan adalah pada saat seseorang menggunakan daya pikirnya yang sehat untuk mengetahui sesuatu yang baru, belum dialami, dilihat atau dirasakan sebelumnya.⁴²

b. Pengetahuan Nasabah

Seseorang dengan tingkat pengetahuan rendah dan tanpa sadar mereka tidak tahu seberapa pengetahuan yang mereka punya akan suatu hal maka mereka akan dengan mudah dan percaya bahwa keputusan yang diambil adalah yang terbaik. Sedangkan seseorang dengan tingkat pengetahuan yang cukup memadai atau tinggi, maka dalam mengambil keputusan mereka akan mempertimbangkan berbagai hal seperti mengumpulkan terlebih dahulu informasi-informasi terkait pilihan yang akan mereka ambil.⁴³

Menurut penjelasan Mowen and Minor dalam penelitian Omar Hendro, Pengetahuan ialah *“The amount of experience with and information about particular products or service person has.”*. yang mana pengetahuan didefinisikan sebagai seberapa banyak seseorang memiliki pengalaman juga informasi tentang suatu produk atau layanan tertentu. Sedangkan pengetahuan dalam arti yang luas dijelaskan oleh Engel, Blackwell and Minard yaitu *“At general level, knowledge can be defined as the information stored within memory.”* atau berbagai

⁴¹ Surajiyo, *Ilmu Filsafat Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 62.

⁴² “Wikipedia Bahasa Indonesia ensiklopedia bebas,” diakses pada 19 Mei 2022, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan>.

⁴³ Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk, *Manajemen Konsumen dan Loyalitas* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 34, https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Perilaku_Konsumen_dan_Loyalitas.html

informasi yang didapat dikumpulkan menjadi satu dan ditampung dalam sebuah wadah berbentuk ingatan. Lalu Engel juga menjelaskan “*The subset of total information relevant to consumers functioning in the market places is called consumer knowledge.*”, sebagian dari total keseluruhan informasi yang disimpan didalam memori yang saling berkaitan atau relevan akan berfungsi bagi konsumen dalam mengenali pasar disebut pengetahuan konsumen.⁴⁴

Konsep pengetahuan yang dijelaskan oleh Philip Kotler ialah perubahan perilaku yang dialami oleh individu disebabkan dari berbagai pengalaman yang didapat. Dari berbagai pendapat yang dikemukakan oleh para ahli dapat diartikan bahwa, pengetahuan konsumen ialah berbagai informasi yang diperoleh oleh konsumen tentang macam-macam produk, layanan dan pengetahuan lain yang ada kaitannya dengan perannya sebagai konsumen. Perbedaan tingkat pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam mengambil keputusan. Sebagai seorang nasabah, pengetahuan menjadi hal penting yang harus dimiliki, karena mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk atau layanan perbankan.⁴⁵

Sebelum menggunakan produk dan layanan perbankan syariah, nasabah atau bakal calon nasabah perlu mengetahui berbagai informasi yang berkaitan dengan perbankan syariah seperti pengetahuan mengenai produk, akad-akad bank syariah, sistem operasional bank syariah, sistem bagi hasil dan larangan-larangan yang ada diperbankan syariah. Untuk menghadapi kemajuan zaman seperti sekarang

⁴⁴ Omar Hendro, Diah Isnaini Asiati, dan Dwi Puspita Sari, “Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih,” *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2020): 78, diakses pada 10 Mei 2022, <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>.

⁴⁵ Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 36.

ini, pengetahuan menjadi hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh semua orang. Menjadi hal yang wajib bagi setiap orang beriman untuk memiliki pengetahuan dan memberikan manfaat bagi orang lain selain dirinya karena bisa meningkatkan derajat hidup.⁴⁶

Penjelasan pentingnya pengetahuan salah satunya terdapat dalam Q.S. Al-Mujadalah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَنْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ - ١١

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan.”

c. Jenis Pengetahuan Nasabah

Secara menyeluruh, Engel dan Minor mengklasifikasikan pengetahuan ke dalam tiga bagian yakni, *product knowledge* (pengetahuan produk), *purchase knowledge* (pengetahuan pembelian) dan

⁴⁶ Fadli, “Pengaruh Pengetahuan dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan angkatan 2014),” *Jurnal Imla* 1, no. 1 (2017): 4, diakses pada 19 Mei 2022, <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/986/864>.

usage knowledge (pengetahuan penggunaan) dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1) *Product Knowledge* (Pengetahuan Produk) ialah himpunan berbagai macam informasi terkait suatu produk. Bagian dari pengetahuan produk ini yang perlu dimengerti oleh nasabah adalah kelompok produk dan juga merek dari produk, terminologi produk atau tentang istilah dan penggunaan produk yang akan dibeli, ciri dari produk atau karakteristik produk dan keyakinan terhadap jenis produk dengan merek tertentu. Berikut ini Peter dan Olson dalam menjelaskan pengetahuan produk/layanan ada beberapa hal yang harus diketahui oleh nasabah yakni nasabah mengetahui apa yang menjadi karakter atau ciri dari suatu produk/layanan (ciri produk secara fisik, deskripsi tanda kelengkapan secara fisik, deskripsi secara subjektif tentang karakter dari suatu produk), nasabah mengetahui manfaat produk/layanan baik manfaat fungsional (nasabah dapat merasakan manfaat secara fisiologis) maupun manfaat psikologis (manfaat yang dirasakan oleh nasabah dalam aspek psikologis dan juga aspek sosial), nasabah mengetahui produk/layanan yang akan digunakan memberikan kepuasan lebih bagi dirinya.
- 2) *Purchase Knowledge* (Pengetahuan Pembelian) ialah proses pengumpulan informasi yang telah dilakukan oleh nasabah yang kemudian digunakan untuk mendapatkan suatu produk/layanan. Ukuran dasar yang digunakan nasabah dalam mengukur pengetahuan pembelian terdiri dari informasi di mana produk/layanan bisa dibeli dan kapan waktu pembelian terjadi.
- 3) *Usage Knowledge* (Pengetahuan Penggunaan) ialah pengetahuan nasabah terkait ketersediaan informasi yang ada yang tersimpan dalam memori atau ingatan tentang cara kerja produk/layanan serta komponen yang dibutuhkan agar

produk/layanan bisa berfungsi dengan baik sesuai kegunaannya.⁴⁷

Sedangkan menurut Bian dan Luiz dalam Annisa dan Wijaya menyebutkan pengetahuan nasabah akan suatu produk/layanan memiliki tiga jenis yakni:

- 1) Pengetahuan berdasarkan pengalaman (*experience-based knowledge*), mengukur pengetahuan produk dengan menggunakan pengalaman pembelian atau pemakaian suatu produk/layanan yang telah dilakukan oleh nasabah sebelumnya. Hal ini didasarkan pada semakin banyak pengalaman maka pengetahuan yang dimiliki semakin luas.
- 2) Pengetahuan subjektif (*subjective knowledge*) / *self-assessed knowledge*, pengukuran tingkatan pengetahuan nasabah akan suatu produk/layanan berdasarkan persepsi atau seberapa banyak tingkat pemahaman yang dimiliki.
- 3) Pengetahuan Objektif (*objective knowledge*) / *actual knowledge*, pengukuran terhadap pengetahuan produk di mana nasabah benar-benar menyimpan semua informasi terkait produk/layanan tersebut dalam ingatannya.⁴⁸

d. Indikator Pengetahuan Nasabah

Banyaknya dimensi atau ukuran pengetahuan nasabah, peneliti akan berfokus pada pengetahuan nasabah akan produk/layanan sebagai indikator atau alat ukur yang sesuai untuk mempresentasikan pengetahuan nasabah terhadap produk/layanan *Mobile banking* yang menjadi salah satu bentuk dari produk/layanan yang dimiliki oleh perbankan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan nasabah terhadap produk/layanan, J Paul Peter, Jerry C. Olson dalam penelitian Eko Yuliawan

⁴⁷ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2015), 131-134.

⁴⁸ Hengki Maringin Paulian Simarmata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (Yayasan Kita Menulis, 2021) 35.

yang oleh Damos Sihombing diterjemahkan adalah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan akan karakteristik atau atribut produk/layanan. Nasabah mengetahui baik secara fisik atau non fisik ciri yang melekat pada suatu produk/layanan seperti ukuran, warna, kecakapan atau sifat khususnya.
- 2) Pengetahuan tentang *usefulness* atau manfaat produk/layanan. Pengetahuan nasabah akan manfaat yang diperoleh ketika menggunakan suatu produk/layanan, menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk/layanan.
- 3) Pengetahuan terkait *satisfaction* atau rasa puas yang dirasakan nasabah ketika menggunakan produk/layanan. Nasabah dalam menggunakan suatu produk/layanan tentu untuk membantu memenuhi kebutuhannya sehingga nasabah merasa puas ketika menggunakan suatu produk/layanan. Untuk itu peran pihak bank sangat penting dalam mengenalkan dan juga memberikan informasi sebanyak-banyaknya terkait layanan *mobile banking*.⁴⁹

7. Minat Penggunaan

a. Definisi Minat

Perkembangan suatu teknologi dalam meningkatkan pelayanan para penggunanya (user) dapat dikatakan berhasil atau tidak berpegang pada keaktifan penggunanya (user). Apabila jumlah pengguna (user) semakin banyak dan secara terus-menerus suatu teknologi itu digunakan, menandakan bahwa perkembangan teknologi itu berhasil dan diterima oleh pasar. Oleh karena itu, minat

⁴⁹ Eko Yulianan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung," *JWEM (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil)* 1, no. 1 (2011): 22–23, diakses pada 17 Mei 2022, <https://mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jwem/article/download/53/42>.

menggunakan seseorang menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu teknologi.⁵⁰

Muhibbin Syah menjelaskan minat secara sederhana mempunyai arti keinginan atau hasrat dan ketertarikan yang tinggi terhadap sesuatu.⁵¹ Yudrik Jahja menjelaskan, minat adalah terikatnya perhatian individu terhadap objek tertentu karena ada penyebab yang mendorong individu untuk berfokus pada suatu objek tertentu misalnya perhatian lebih pada pekerjaan, pelajaran, benda atau orang. Aspek kognitif (hasil dari proses memperoleh pengetahuan), afektif (perasaan) dan motorik (tindakan) berhubungan dengan minat yang menjadi sumber motivasi dalam melakukan sesuatu yang diinginkan.⁵²

Pandangan Hurlock terkait minat ialah sumber motivasi atau dorongan yang ada pada diri seseorang, timbul secara sadar untuk melakukan apa yang individu inginkan jika memiliki kebebasan memilih. Minat akan muncul ketika seseorang menilai sesuatu memberikan manfaat dan kepuasan pada dirinya, dan sebaliknya minat akan menurun apabila kepuasan yang didapat juga menurun. Dapat diartikan bahwa minat bersifat sementara dan bukan permanen.⁵³

Menurut Gunarso minat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan erat dengan sikap dan pribadi seseorang dalam mengambil keputusan. Lalu Crow and Crow menjelaskan minat mampu memberikan stimuli atau rangsangan yang mendorong individu untuk memberi perhatian kepada

⁵⁰ Ahmad dan 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, diakses pada 6 April 2022, <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589/559>.

⁵¹ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 136.

⁵² Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 63.

⁵³ Makmun Khairani, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2017), 186.

seseorang, barang, kegiatan atau pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri. Secara sederhana minat bisa menjadi sebab dari suatu kegiatan dan hasil dari ikut serta dalam kegiatan itu.⁵⁴

Tindakan individu dalam melakukan suatu perilaku yaitu tanggapan terhadap rangsangan atau lingkungan bergantung pada minat untuk melakukannya. Jogiyanto dalam Fitri Imandari, Endang Siti Astuti dan Muhammad Saifi menyebutkan minat perilaku (*behavior intention*) adalah seseorang akan melakukan perilaku tertentu karena keinginan atau niatnya. Gardner dan Amoroso menjelaskan bahwa minat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan indikator yaitu alat untuk mengukur niat individu dalam melakukan perilaku tertentu atau tanggapan terhadap rangsangan atau lingkungan. Sehingga penggunaan teknologi yang sebenarnya (*actual technology use*) dapat ditunjukkan dengan minat perilaku individu.⁵⁵

Minat penggunaan teknologi informasi ialah seberapa ingin seseorang menggunakan suatu teknologi informasi tertentu secara kontinyu atau terus-menerus dengan anggapan individu memiliki akses terhadap teknologi informasi.⁵⁶ Lalu Fatmawati dalam Leoni Joan dan Tony Sitinjak menjelaskan, minat penggunaan sistem informasi ialah keinginan hati seseorang dalam berperilaku untuk menggunakan suatu sistem informasi tertentu sehingga menjadi

⁵⁴ Makmun Khairani, *Psikologi Belajar*, 187.

⁵⁵ Fitri Imandari, Endang Siti Astuti, dan Muhammad Saifi, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku dalam Penggunaan *E-Learning*" (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya, 2013), 2, diakses pada 21 Mei 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/74217-ID-pengaruh-persepsi-kemanfaatan-dan-persepsi.pdf>.

⁵⁶ Nugroho Jatmiko Jati dan Herry Laksito, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket," *Diponegoro Journal of Accounting* 1, no. 2003 (2012): 6, diakses pada 23 Mei 2022, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/562>.

kebiasaan untuk selalu memanfaatkan sistem informasi tersebut.⁵⁷

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Crow and Crow menjelaskan minat dalam diri seseorang ada karena hubungan sebab akibat dari suatu pengalaman dan akan dipakai kembali dalam kegiatan yang sama. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang adalah sebagai berikut:

- 1) *The factor inner urge*, yaitu minat seseorang mudah timbul karena dorongan dari lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.
- 2) *The factor of social motive*, yaitu ketertarikan seseorang terhadap suatu objek tertentu yang dipengaruhi oleh motif sosial dan faktor dalam diri seseorang.
- 3) *Emotional factor*, yaitu luapan perasaan (*affect*) dan konsekuensi atau akibat yang timbul dari perasaan itu akan mempengaruhi minat seseorang.⁵⁸

c. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Fred D. Davis, Bagozzi & Warshaw dalam Mirna Tria P, Farida Indriani dan Sugiarto minat penggunaan suatu teknologi informasi dapat meningkat jika pengguna (*user*) merasakan manfaat dari teknologi tersebut. Thompson juga menjelaskan jika kepercayaan seseorang semakin besar akan manfaat penggunaan teknologi maka, minat seseorang juga akan meningkat. Adapun untuk mengukur minat seseorang dapat menggunakan indikator berikut:

- 1) Akan bertransaksi
- 2) Akan merekomendasikan

⁵⁷ Leono Joan dan Tony Sitingjak, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay,” *Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (2019): 31, diakses pada 21 Mei 2022, <https://jurnal.kwukkiangue.ac.id/index.php/JM/article/view/596>.

⁵⁸ Makmun Khairani, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2017), 190.

3) Akan terus menggunakan⁵⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan uraian dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan atau sama dengan fokus penelitian yang digunakan oleh peneliti. Adanya penelitian terdahulu digunakan untuk mencari perbandingan, referensi dan data pendukung untuk pembaruan penelitian yang akan dilaksanakan. Selain itu, penelitian terdahulu dapat membantu peneliti dalam memposisikan penelitian dan orisinalitas penelitian.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad menggunakan jenis penelitian eksplanatori, pengambilan sampel dipilih sebanyak 25 kali berdasarkan jumlah variabel *independent* yang digunakan yaitu ada empat variabel, yang menghasilkan 100 sampel diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria tertentu dari populasi nasabah pengguna *mobile banking* yang jumlahnya 16.996 nasabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel *independent* penelitian berpengaruh positif terhadap variabel *dependent*. Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada variabel *independent* yaitu kemudahan dan kegunaan atau manfaat serta variabel *dependent* minat menggunakan. Adapun perbedaannya, objek penelitian yang berfokus pada nasabah aktif pengguna layanan *mobile banking* Bank BTN KC Banjarmasin sedangkan objek peneliti berfokus pada mahasiswa di Kudus pengguna layanan *mobile banking* bank syariah, penambahan variabel *independent* berupa keamanan dan pengetahuan, serta perbedaan periode penelitian.⁶⁰

⁵⁹ Mirna Tria Pratiwi, Farida Indriani, dan J. Sugiarto, "Analisis Pengaruh *Technology Readiness* Terhadap Minat Menggunakan Tcash Di Kota Semarang," *Jurnal Bisnis Strategi* 26, no. 1 (2018): 79–81, diakses pada 23 Mei 2022, <https://doi.org/10.14710/jbs.26.1.76-88>.

⁶⁰ Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN," *Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2018): 51–60, diakses pada 29 Desember 2021, <http://ppjp.ulm.ac.id/index.php/jsmk>.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nurdin dkk. yang menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang sudah diketahui sebanyak 164 nasabah pengguna layanan *mobile banking* Bank Mega Syariah. Sampel penelitian sebanyak 62 nasabah yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Namun sampel yang digunakan terbilang sedikit, tidak ada setengah dari populasi. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian Nurdin menunjukkan semua variabel *independent* tidak signifikan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Persamaan dengan penelitian penulis yaitu pada penggunaan variabel *independent* manfaat dan kemudahan serta variabel *dependent* minat menggunakan layanan *mobile banking*. Adapun perbedaannya, objek penelitian Nurdin berfokus pada nasabah pengguna *mobile banking* Bank Mega Syariah Cabang Palu sedangkan objek peneliti berfokus pada mahasiswa di satu kota (Kudus) yang menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Variabel *independent* yang digunakan juga berbeda karena ada penambahan variabel keamanan dan pengetahuan pada penelitian penulis.⁶¹

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Bagus Putra Adiwijaya terkait minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* dimana peneliti ingin mengetahui tingkat kepercayaan dan minat bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah Bank BRI. Tidak disebutkan bagaimana cara memperoleh sampel pada penelitiannya hanya saja dengan menyebarkan kuesioner ke 160 nasabah Bank BRI. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program AMOS yang hasilnya menunjukkan semua variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap dua variabel *dependent* yaitu kepercayaan dan minat bertransaksi. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian I Gusti Bagus Putra Adiwijaya menggunakan variabel *independent* kemudahan dalam menggunakan

⁶¹ 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 (2021): 30–45, diakses pada 29 Desember 2021, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>.

layanan *mobile banking*. Variabel *independent* yang digunakan sangat berbeda dan menggunakan dua variabel *dependent* (kepercayaan dan minat bertransaksi) pada nasabah Bank BRI, sedangkan penelitian penulis menggunakan satu variabel *dependent* yang berfokus pada minat penggunaan *mobile banking* bank syariah oleh mahasiswa di satu kota (Kudus).⁶²

Keempat, penelitian Maria Tika Sanjani merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Sampel yang digunakan dalam penelitian Maria sebanyak 70 responden yang diambil dari jumlah populasi mahasiswa FEBI Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2015 yang berjumlah 233 mahasiswa menggunakan rumus Slovin. Data yang digunakan yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner secara acak, wawancara tidak terstruktur, dan observasi, data sekunder dengan melakukan kajian literatur yang berkaitan dengan tema penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan, tetapi kepercayaan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Dalam penelitian Maria objek penelitian yang diambil kurang luas yang hanya berfokus pada mahasiswa satu program studi. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Maria Tika Sanjani yaitu sama-sama mencari pengaruh minat mahasiswa menggunakan layanan *E-Banking* dengan dua variabel *independent* yang sama yaitu kemudahan dan kegunaan. Perbedaan, layanan *e-banking* yang digunakan dalam masing-masing penelitian berbeda. Pada penelitian Maria Tika Sanjani menggunakan *internet banking*, sedangkan pada penelitian penulis menggunakan *mobile banking* bank syariah. Objek yang menjadi fokus penelitian juga berbeda, pada penelitian Maria

⁶² I Gusti Bagus Putra Adiwijaya, "Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking*," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 15, no. 3 (2018): 135–53, diakses pada 29 Desember 2021, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>.

Tika Sanjani objek penelitiannya mahasiswa FEBI Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2015, sedangkan objek penelitian penulis pada mahasiswa di satu kota (Kudus).⁶³

Kelima, penelitian Istiqomah yang membahas variabel yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* untuk pembayaran UKT, menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui tingkat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa saat membayar UKT secara *online*. Populasinya yaitu mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung berjumlah 770 dan mahasiswa Tarbiyah berjumlah 1918 orang, diambil sampel masing – masing 89 mahasiswa FEBI dan 95 mahasiswa Tarbiyah menggunakan Uji Independen Sampel t test. Hasilnya menunjukkan variabel pengetahuan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pembayaran UKT. Persamaan penelitian Istiqomah dengan penelitian penulis yaitu sama-sama mencari pengaruh dari variabel-variabel dalam penelitian terhadap penggunaan *mobile banking* dengan tiga variabel yang sama. Perbedaan penelitian Istiqomah dengan penelitian penulis terletak pada penambahan variabel *independent* yaitu variabel pengetahuan, fokus penelitian Istiqomah menggunakan variabel *dependent* penggunaan *mobile banking* untuk pembayaran UKT Mahasiswa tetapi objek penelitiannya hanya dilakukan pada mahasiswa FEBI dan Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung, sedangkan penulis menggunakan variabel *dependent* minat penggunaan *mobile banking* syariah yang cakupannya cukup luas dengan objek penelitian yang juga luas.⁶⁴

⁶³ Maria Tika Sanjani, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*” (Skripsi IAIN Bengkulu, 2019), diakses pada 01 April 2022, <http://repository.iainbengkulu.ac.id>

⁶⁴ Istiqomah, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking Mobile* Pembayaran *Online* UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Studi Pada Mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung)” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung 2019), diakses pada 30 Desember 2021, <http://repository.radenintan.ac.id/9891/1/PUSAT%201-1.pdf>.

Keenam, penelitian Kartika menjelaskan variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat nasabah Bank BTN Parepare dalam menggunakan layanan *e-banking*. Hasil penelitian diperoleh dari hasil uji analisis data melalui uji validitas data, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi, uji t (parsial) dan analisis regresi sederhana. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif korelasi yang mempelajari hubungan variasi variabel satu dengan variasi variabel lain. Sampel diambil menggunakan rumus slovin sebanyak 98 nasabah Bank BTN dari jumlah populasi sebanyak 5000 nasabah. Dalam penelitiannya pembahasannya hanya pada lingkup pengetahuan nasabah dalam menggunakan layanan *e-banking*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu ingin mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat menggunakan layanan jasa *e-banking* yang dimiliki oleh perbankan. Menggunakan variabel *independent* yang sama yaitu pengetahuan dan variabel *dependent* yang sama yaitu minat menggunakan. Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Kartika dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel *independent* dimana dalam penelitian Kartika hanya menggunakan variabel pengetahuan sedangkan penelitian penulis menggunakan empat variabel *independent*. Dalam penelitian Kartika membahas mengenai minat penggunaan *e-banking* pada Bank BTN yang isinya cukup luas sedangkan penulis berfokus pada minat penggunaan *mobile banking* bank syariah.⁶⁵

Ketujuh, penelitian Hanudin Amin, Ricardo Baba dan Mohd Zulkifli penelitian yang dilakukan dengan tujuan mencari determinan yang menyebabkan nasabah bank Malaysia berniat menggunakan *mobile banking* dalam aktivitas transaksi perbankan yang mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai instrumen penelitian. Sampel diambil sebanyak 239 nasabah secara acak menggunakan metode *purposive sampling* yang memiliki

⁶⁵ Kartika, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Banking* di PT. Bank Tabungan Negara Parepare" (Skripsi, IAIN Parepare, 2020), diakses pada 11 Mei 2022, <http://repository.iainpare.ac.id/1372/1/15.2300.063.pdf>

handphone dan belum menggunakan layanan *mobile banking*. Pengujian terhadap hipotesis menggunakan regresi linier dan memperoleh hasil variabel manfaat, kemudahan, kredibilitas dan persepsi efikasi diri berpengaruh terhadap niat nasabah bank Malaysia menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel tekanan normatif tidak berpengaruh. Namun untuk mendapat hasil yang lebih valid terkait faktor yang menjadi sebab banyak orang menggunakan *mobile banking*, sampel yang digunakan bisa dengan orang yang sudah menggunakan layanan tersebut, karena mereka sudah memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan *mobile banking*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu mencari pengaruh variabel kemudahan dan manfaat terhadap penggunaan *mobile banking*. Perbedaan penelitian keduanya yaitu pada karakteristik sampel penelitian, pada penelitian Hanudin dkk. karakteristik sampelnya adalah nasabah yang memiliki handphone dan belum mengadopsi *mobile banking*, sedangkan pada penelitian penulis karakteristik sampel yang diambil akan lebih spesifik.⁶⁶

Kedelapan, Wai-Ching Poon dalam penelitiannya, meneliti terkait faktor penentu yang menjadi dasar adopsi atau penerimaan *e-banking* di Malaysia dengan menguji sepuluh atribut penerimaan *e-banking* diantaranya kenyamanan pada saat menggunakan, aksesibilitas, fitur yang tersedia, pengelolaan bank dan citra bank, keamanan, privasi, desain, konten, kecepatan, biaya. Hasilnya menunjukkan, variabel kenyamanan, keamanan dan privasi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan *e-banking*. Variabel keamanan dan privasi juga menjadi sebab utama ketidakpuasan sehingga berpengaruh pada kepuasan pengguna. Dan untuk semua variabel yang ada dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan *e-banking* di Malaysia. Hasil penelitian ini diperoleh dari pengkajian variabel dengan menyebar kuesioner menggunakan skala Likert empat poin yang

⁶⁶ Hanudin Amin, Ricardo Baba dan Mohd Zulkifli Muhammad, "An Analysis of Mobile Banking Acceptance by Malaysian Customer," *Sunway Academic Journal* 4 (2007), diakses pada 02 Juni 2022, <https://www.researchgate.net/publication/277166512>.

diberikan kepada nasabah pengguna *e-banking* di Semenanjung Malaysia secara acak. Dalam penelitian ini tidak disebutkan cara peneliti mengolah data yang telah terkumpul. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama mengkaji terkait layanan jasa perbankan (*e-banking*) dengan penggunaan salah satu variabel yang sama yaitu keamanan sebagai variabel *independent*. Untuk perbedaannya, penelitian Wai-Ching Poon mengkaji faktor penentu adopsi atau penerimaan *e-banking*, sedangkan penelitian penulis mencari seberapa pengaruh variabel-variabel *independent* dalam penelitian terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* bank syariah sebagai variabel *dependent*.⁶⁷

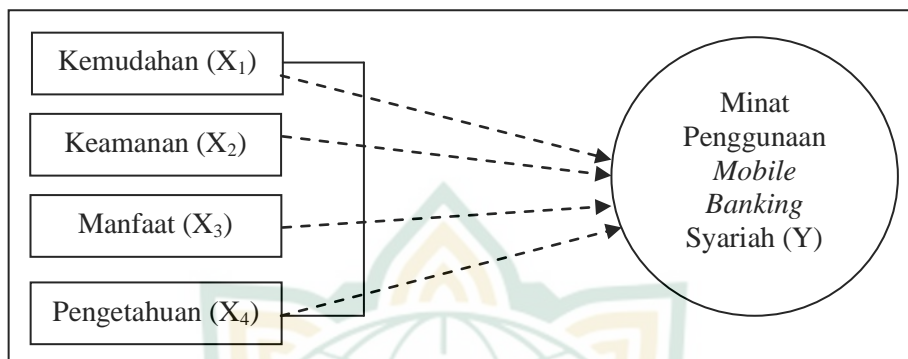
C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir ialah rancangan model teoritis yang digunakan dalam proses pemecahan masalah dalam penelitian. Variabel-variabel yang akan diteliti dapat dijelaskan secara komprehensif lewat uraian kerangka berfikir.⁶⁸ Berdasarkan rumusan masalah yang ada, peneliti membuat kerangka berfikir sebagai berikut:

⁶⁷ Wai Ching Poon, "Users' Adoption of e-Banking Services: The Malaysian Perspective," *Journal of Business and Industrial Marketing* 23, no. 1 (2008): 59–69, diakses pada 04 Juni 2022, <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>.

⁶⁸ Arif, Sukryadi, dan Fatimaturrahmi, "Pengaruh Ketersediaan SumbBelajar Di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IP Terpadu SMP Negeri 1 Praya Barat," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1, no. 2 (2017): 111, diakses pada 04 Juni 2022, <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/184/175>.

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau anggapan dasar berdasarkan teori yang akan diuji keabsahannya pada saat melakukan proses penelitian. Dugaan ini menjadi jawaban sementara pada penelitian karena hipotesis dirumuskan berdasarkan teori, belum ada validasi dari data yang ada di lapangan sehingga kebenarannya masih lemah dan diperlukan pengujian untuk menentukan kebenarannya.⁶⁹ Hipotesis kuantitatif (*quantitative hypotheses*) merupakan prakiraan atau dugaan atas hasil dari hubungan antar variabel yang diteliti.⁷⁰

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus

Arti kemudahan yang dikemukakan oleh Jogiyanto dalam Ni Made Ari P.D dan Warmika merupakan anggapan individu yang mempercayai kalau menggunakan suatu teknologi individu akan terbebas dari suatu usaha. Semakin individu percaya suatu teknologi memberinya kemudahan pada saat menggunakannya, maka individu tidak ragu untuk memutuskan

⁶⁹ Syofian Siregar. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 151.

⁷⁰ Jhon W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), 191.

menggunakan teknologi tersebut.⁷¹ Semakin *mobile banking* mudah untuk dipelajari, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* semakin besar pula. Kemudahan disini akan menjadi variabel *independent* dan akan diuji kebenarannya, apakah variabel kemudahan akan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* yang dimiliki oleh bank syariah pada mahasiswa di Kudus ataupun tidak berpengaruh.

Penelitian I Gusti Bagus Putra Adiwijaya menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah yang menimbulkan minat bertransaksi nasabah menggunakan *mobile banking*. Sedangkan penelitian Nurdin dkk., menunjukkan hasil variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Adanya kesenjangan antara hasil penelitian I Gusti dengan penelitian Nurdin dkk., dan untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada mahasiswa di Kudus, peneliti akan meneliti lebih lanjut. Berikut ini hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian:

H₀ : Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

H₁ : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus

Keamanan menjadi faktor yang sangat penting dalam memenangkan kepercayaan nasabah untuk menggunakan suatu teknologi berbasis internet seperti *mobile banking* yang rawan terjadi pencurian data dan

⁷¹ Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika, "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 4 (2016): 2609, diakses pada 02 juni 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/251442-peran-persepsi-kemudahan-penggunaan-pers-198c6e75.pdf>.

penipuan atau *cybercrime*. Ketika tingkat keamanan yang diberikan perusahaan semakin tinggi, semakin tinggi pula kepercayaan nasabah dan minatnya untuk menggunakan layanan yang diberikan.⁷²

Penelitian Istiqomah menemukan faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa walaupun disini hanya pada pembayaran UKT secara *online*. Faktor keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking* dibuktikan lagi oleh penelitian Wai-Ching Poon.

Dengan adanya jurnal riset terdahulu yang bisa menjadi pendukung dalam penelitian ini, peneliti dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

H_2 : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

3. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus

Davis et.al menyatakan dalam penelitian Andrean dan Dirgantara, seberapa manfaat yang dirasakan oleh individu berasal dari anggapan atau persepsi mereka mempercayai suatu teknologi itu akan menjadikannya lebih produktif. *Mobile banking* misalnya, dapat mempermudah transaksi perbankan, mempercepat transaksi, menghemat waktu, memberikan rasa aman pada *user* dan meningkatkan efisiensi pengguna. Seorang individu memutuskan untuk percaya dan menggunakan

⁷² Mukhtisar, Tarigan, dan Eveiyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)," *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2021): 63-64, diakses pada 24 Januari 2022, <https://journal-ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9632/5422>.

teknologi ketika teknologi tersebut memberikan dampak positif dalam pekerjaannya.⁷³

Maria Tika Sanjani dalam penelitiannya menemukan variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*. Lalu jurnal lain yang mendukung bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yaitu terdapat pada penelitian Hanudin, Ricardo dan Zulkifli. Tapi hasil berbeda ditunjukkan oleh Nurdin dkk., bahwa variabel manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Adanya hasil yang berbeda dari beberapa penelitian yang sudah ada terkait manfaat menggunakan *mobile banking*, untuk mengetahui lebih lanjut pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa di Kudus, peneliti dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

H₃ : Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

4. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus

Pengetahuan seseorang terkait produk/layanan bisa berdasarkan pada seringnya seseorang itu melakukan sesuatu yang diulang-ulang. Seseorang dengan tingkat pengetahuan yang tinggi akan lebih selektif ketika akan menggunakan suatu produk/layanan karena sebelumnya mereka akan mengenali, menganalisis dan juga menerima produk/layanan secara logis apakah memberikan keuntungan ketika digunakan. Sebaliknya, seseorang dengan tingkat pengetahuan yang lebih rendah akan

⁷³ Andrian Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik," *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 2, diakses pada 25 Mei 2022, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>.

menggunakan produk/layanan dengan kontrol atau pengaruh luar saja seperti menggunakan produk/layanan karena harganya yang murah.⁷⁴ Philip Kotler dalam Sunardi menyebutkan, pengetahuan merupakan pengalaman yang dilalui seseorang yang akhirnya dapat merubah perilaku orang itu.⁷⁵

Berdasarkan penelitian Kartika, menyebutkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *e-banking*. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Istiqomah dalam skripsinya, bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* oleh mahasiswa pada saat membayar UKT. Adanya penelitian tersebut, maka peneliti akan melakukan pembuktian dengan meneliti apakah benar variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada mahasiswa di Kudus dengan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 : Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.
- H_4 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa di Kudus.

⁷⁴ Habsari Candraditya, "Analisis Penggunaan Uang Elektronik," *Diponegoro Journal of Management* 2 (2013): 4, diakses pada 27 April 2022, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

⁷⁵ Sunardi dan Ana Maftukhah, "Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP BSD Tangerang Selatan," *Jurnal Islaminomic* 6, no. 2 (2015): 40, diakses pada 11 Mei 2022, https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Pengetahuan+Konsumen+dan+Keputusan+Menjadi+Nasabah+++%28Kasus+BSM+Kan.Cab+Pembantu+BSD+Tangerang+Selatan%29&btnG=.