

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1986) untuk konteks penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap sistem informasi (SI). *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah model yang dirancang untuk menganalisis dan memahami faktor atau persepsi apa yang mempengaruhi penerimaan teknologi komputer.²⁶ Persepsi sendiri merupakan suatu proses penafsiran informasi yang dilakukan dengan menggunakan indera sebagai perantara untuk memahami pesan dari informasi yang diterima.²⁷

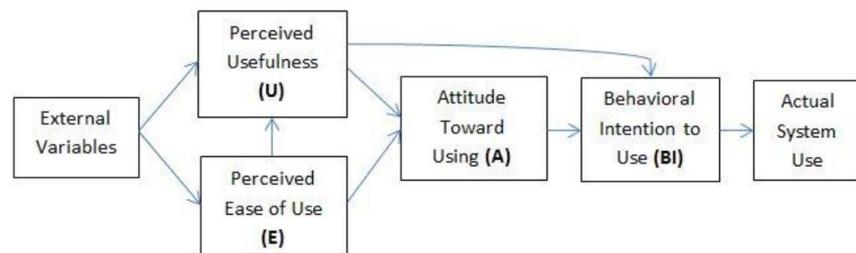
Tujuan adanya TAM adalah menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. TAM memberikan penjelasan terhadap faktor-faktor penentu penerimaan komputer yang lebih umum sifatnya, sehingga dapat menjelaskan perilaku pengguna dari berbagai ragam teknologi komputasi dan pengguna. Sehingga dengan demikian dapat menjadi dasar untuk mengetahui dampak faktor-faktor eksternal (*external variables*) pada keyakinan (*beliefs*),

²⁶ Bambang Winarko and Lufina Mahadewi, "Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru," 2009, 24–34.

²⁷ Fitri Komariyah and Ali Farhan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus pada Masyarakat Kota Sidoarjo dan Surabaya," *Media Mahardhika* 18, no. 3 (2020): 341–44, <https://doi.org/10.29062/mahardika.v18i3.172>.

sikap (*attitudes*) dan niat (*intentions*) dalam penggunaan suatu sistem informasi.²⁸

Metode TAM memiliki lima konstruk yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap perilaku penggunaan (*attitude toward using*), minat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan sesungguhnya (*actual usage behavior*). Pada teori TAM terdapat dua keyakinan variabel perilaku utama dalam pemanfaatan sistem informasi. Dua variabel tersebut yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*Perceived of Usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*Perceived Ease of Use*). Kedua variabel utama tersebut akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), yang kemudian akan mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan pada akhirnya menunjukkan penggunaan sesungguhnya dari teknologi tersebut.²⁹



Sumber: Winarko dan Mahadewi, 2009.³⁰

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)

²⁸ Winarko and Mahadewi, "Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru."

²⁹ Fred D Davis, "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems," no. January 1985 (2014).

³⁰ Winarko and Mahadewi, "Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru."

a. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Manfaat merujuk pada kegunaan suatu hasil yang dirasakan oleh masyarakat. Rasulullah saw bersabda: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia” (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni).³¹ Hadits tersebut menjelaskan bahwa menjadi pribadi yang bermanfaat adalah salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang Muslim. Setiap Muslim diperintahkan untuk memberikan manfaat bagi orang lain. Memberikan manfaat kepada orang lain, maka manfaatnya akan kembali untuk kebaikan diri kita sendiri.

Definisi manfaat dalam konteks ini adalah sejauh mana *mobile banking* dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan penggunanya. Kepercayaan seseorang dalam meningkatkan kinerja penggunaan teknologi, khususnya *mobile banking*, dapat dibentuk melalui persepsi manfaat. Dalam hal manfaat, nasabah sangat mempertimbangkan keuntungan yang akan mereka peroleh saat menggunakan layanan *mobile banking*.³²

Persepsi manfaat diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa adanya sistem dapat meningkatkan efisiensi dalam menjalankan tugas pekerjaan. Seseorang akan memanfaatkan teknologi jika teknologi tersebut memberikan keuntungan bagi

³¹ Sunarko, “Mari Menjadi Pribadi yang Bermanfaat Bagi Sesama,” Lazismu Jawa Timur, n.d.

³² Mohammad Rokibul Kabir, “Factors Influencing the Usage of Mobile Banking: Incident from a Developing Country,” *World Review of Business Research* 3, no. 3 (2013): 96–114.

mereka. Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem *mobile banking* tersebut akan meningkatkan kinerjanya.³³

b. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut.³⁴ Dijelaskan dalam Al-Quran pada QS. Al-A'la ayat 8 yaitu:

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya: "*Dan kami akan memudahkan bagimu ke jalan kemudahan (mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat).*"³⁵

Dalam ayat ini, Allah menerangkan bahwa Allah akan memberi Nabi-Nya taufik kepada jalan yang mudah, yang membawa kepada kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Allah lah yang memberinya agama yang mudah diterima jiwa dan tidak sukar dipahami oleh akal. Teknologi menjadi salah satu bentuk

³³ Muhammad and Rudy, "Pengaruh Persepsi Nasabah atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)."

³⁴ Nopy Ernawati and Lina Noersanti, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO," *Jurnal Manajemen STEI* 3, no. 2 (2020).

³⁵ Qur'an Kemenag, "Al-Qur'an dan Terjemahan," Kementerian Agama RI, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Pendidikan dan Pelatihan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, n.d.

kemudahan yang diberikan oleh Allah Swt. Teknologi adalah hasil ilmu pengetahuan, adanya teknologi adalah untuk memudahkan manusia melakukan berbagai aktivitasnya karena ilmu ada untuk memudahkan dan meningkatkan kualitas hidup manusia itu sendiri.³⁶

Secara umum untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem terhadap sistem yang dikembangkan, *mobile banking* harus dirancang dengan jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Hal ini dimaksudkan bawa jika sistem *mobile banking* tersebut mudah digunakan, maka nasabah akan cenderung menggunakan sistem tersebut dalam jangka waktu yang panjang.³⁷

c. Minat Menggunakan

Minat adalah suatu proses batin yang bersifat abstrak, yang tercermin melalui berbagai aktivitas. Minat merujuk pada kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif konsisten dengan fokus untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara berkelanjutan yang diikuti oleh rasa senang dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Jika seseorang telah merasakan manfaat dan kepuasan dari penggunaan tersebut, maka

³⁶ Qur'an Kemenag.

³⁷ Fitriana, Sylvia Rozza, and Ali Masjono, "Peran Public Relation, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok)," *Account* 7, no. 1 (2020): 1259–68, <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>.

kemungkinan besar mereka akan terus menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.³⁸

Minat menggunakan (*intention to use*) dapat diartikan sebagai dorongan keinginan pengguna untuk menggunakan atau memanfaatkan kembali suatu objek khusus. Keinginan untuk menggunakan merupakan salah satu aspek psikologis manusia yang cenderung memberikan perhatian atau kepuasan yang lebih besar terhadap objek tersebut, dan perasaan ini dapat menjadi pendorong bagi seseorang untuk mencapai tujuan.³⁹ Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan minat menggunakan *mobile banking* adalah rasa atau keinginan seseorang untuk menggunakan *mobile banking* yang ditawarkan untuk mempermudah melakukan transaksi melalui *smartphone*.

2. Persepsi Kepercayaan

Dalam Al-Qur'an salah satunya pada surat Al Mukminun ayat 8 mengajarkan tentang pentingnya menjaga amanah atau kepercayaan. Menjaga amanah menurut surat Al Mukminun ayat 8 merupakan tindakan yang harus dilakukan sebagai muslim. Allah SWT berfirman:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

³⁸ Ahmad Sahri Romadon and Risma Nurhapsari, "Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking pada BNI 46 KC Karangayu Semarang dengan Minat Nasabah dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi," *Solusi* 18, no. 4 (2020), <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2847>.

³⁹ Fani Oktavia and Budi Rustandi Karwinata, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Resiko terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Bank Nagari Kantor Pusat Padang," *Business and Management* 7, no. 2 (2020): 4103.

Artinya: "(Sungguh beruntung pula) orang-orang yang memelihara amanat dan janji mereka."⁴⁰

Menurut tafsir tahlili dalam ayat ini Allah menerangkan sifat keenam dari orang mukmin yang beruntung itu, ialah suka memelihara amanat-amanat yang dipikulnya, baik dari Allah ataupun dari sesama manusia, yaitu bilamana kepada mereka dititipkan barang atau uang sebagai amanat yang harus disampaikan kepada orang lain, maka mereka benar-benar menyampaikan amanat itu sebagaimana mestinya, dan tidak berbuat khianat. Demikian pula bila mereka mengadakan perjanjian, mereka memenuhinya dengan sempurna.⁴¹

Menambahkan variabel eksternal lain dalam penelitian ini, yaitu variabel kepercayaan, juga dapat menjadi salah satu faktor untuk memahami minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi.⁴² Kepercayaan adalah suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh pihak tertentu terhadap pihak lain dalam suatu hubungan, didasarkan pada keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi semua kewajiban sesuai dengan harapan.⁴³ Dalam konteks perbankan, kepercayaan nasabah menjadi faktor krusial yang mendorong mereka untuk melakukan transaksi perbankan. Kepercayaan mencakup hubungan yang kokoh antara nasabah dan bank, kemampuan bank untuk membentuk kepercayaan

⁴⁰ Qur'an Kemenag, "Al-Qur'an Dan Terjemahan."

⁴¹ Qur'an Kemenag.

⁴² Apay Safari and Anti Riyanti, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Edunomika* 08, no. 01 (2023): 1–9.

⁴³ Rifqi Suprpto and M. Zaky Wahyudin, *Buku Manajemen Pemasaran*, 1st ed. (Myria Publisher, 2020).

nasabah, dan jaminan yang disediakan oleh bank untuk memberikan keamanan terhadap simpanan nasabah di dalamnya.⁴⁴

3. Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan usaha untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.⁴⁵ Dengan demikian, dapat dipahami bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan. Adapun dalam menjalankan kegiatan usahanya, bank di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip konvensional dan berdasarkan prinsip syariah.⁴⁶

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syariah merupakan bank dengan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah. Bank Syariah adalah lembaga keuangan dengan menjalankan fungsi sebagai perantara dalam menghimpun dana dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai prinsip syariah.⁴⁷ Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang

⁴⁴ Fernanda Idham Kholid and 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): 49–57, <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>.

⁴⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, Pertama (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011). hal. 24

⁴⁶ Tira Nur Fitria, "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015): 75–87.

⁴⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, 1st ed. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015).

menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana tersebut. Pada umumnya bank syariah menyalurkan dananya dalam akad jual beli dan kerja sama usaha. Kemudian investor yang menempatkan dananya akan mendapat imbalan yang diterima dalam margin keuntungan, bagi hasil, atau bentuk lainnya yang sesuai dengan syariah Islam.⁴⁸

Terdapat perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Perbedaan utama adalah bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Dalam keuangan Islam, bunga uang secara fiqh dikategorikan sebagai riba yang berarti haram. Jumhur (mayoritas/kebanyakan) ulama' sepakat bahwa bunga bank adalah riba, oleh karena itulah hukumnya haram.⁴⁹

4. *Mobile Banking*

Seiring berjalannya waktu, industri perbankan Indonesia telah mengalami berbagai perubahan. Kehadiran era digital semakin mendekat dan mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama mereka yang berada dalam sektor keuangan seperti perbankan.

⁴⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*. hal. 25

⁴⁹ Hamdi Agustin, "Teori Bank Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 67–83, <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>.

Perubahan dalam industri perbankan merupakan respon terhadap perkembangan *fintech* dan revolusi teknologi digital (revolusi industri 4.0). Transformasi ini membawa bank ke dalam era layanan perbankan digital.⁵⁰

Kemunculan transformasi digital saat ini telah mendorong sektor perbankan syariah terutama di Indonesia untuk mengembangkan berbagai fitur perbankan digital guna memenuhi kebutuhan perusahaan. Perbankan syariah dihadapkan pada tantangan untuk merancang strategi dan inovasi yang memungkinkan penyatuan teknologi digital dengan interaksi nasabah. Hal ini bertujuan untuk membuat akses layanan perbankan syariah menjadi lebih mudah dan praktis bagi pengguna.⁵¹

Mobile banking atau disebut juga *m-banking* merupakan layanan inovatif yang disediakan oleh bank yang memungkinkan penggunaannya melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *M-banking* merupakan fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan perangkat komunikasi bergerak seperti telepon seluler, menyediakan fasilitas untuk transaksi perbankan melalui aplikasi di ponsel.⁵² Dengan adanya *m-banking*, aktivitas yang dahulu dilakukan nasabah dengan mengunjungi bank kini dapat dilakukan tanpa perlu

⁵⁰ Ria Tiffany Tambunan and M. Irwan Padli Nasution, "Tantangan dan Strategi Perbankan dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi di Era 4.0," *Sci-Tech Journal* 2, no. 2 (2023): 148–56, <https://doi.org/10.56709/stj.v2i2.75>.

⁵¹ Muzayyana Tartila and Asmuni, "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 3310–16.

⁵² Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)," *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): 56, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>.

ke loket bank. Adanya *m-banking* bertujuan agar nasabah dapat lebih memanfaatkan telepon seluler yang biasa digunakan untuk berkomunikasi namun dapat juga digunakan untuk bisnis atau transaksi.⁵³ *Mobile banking* secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi tiga golongan:⁵⁴

a. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah pengubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah *deface*). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

b. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo,

⁵³ Livinsia Lieny, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, dan Kepercayaan terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking di BCA Pangkalpinang," *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan, STIE-IBEK* 8, no. 2 (2021): 56–62, www.stie-ibek.ac.id.

⁵⁴ Novitasari Putri Wulandari and Nadya Novandriani Karina Moeliono, "Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung," *Bisnis Dan Iptek* 10, no. 2 (2017): 139–49.

laporan transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.

c. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke *account* di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Guna mendukung materi dalam penelitian ini, maka peneliti telah merangkum beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Penulis | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|--|--|
| 1. | Alif Ainul Khatimah Sulmi, Murtiadi Awaluddin, Ilham Gani, Muslimin Kara (2021). ⁵⁵ | Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar) | Persepsi kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . |
| | Perbedaan | Subjek pada penelitian yang dilakukan oleh Alif Ainul Khatimah Sulmi, Murtiadi Awaluddin, Ilham Gani, Muslimin Kara adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar sedangkan pada penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. | |
| | Persamaan | Menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai variabel independen (X) dan minat menggunakan sebagai variabel dependen (Y). | |

⁵⁵ Alif Ainul Khatimah Sulmi et al., "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)," *Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 59–73.

| | | | |
|-----------|--|---|---|
| 2. | Jessica Patricia Wijaya dan Dewi Sri (2023). ⁵⁶ | Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada UMKM di Kota Palembang | Persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan pengguna memberikan pengaruh positif bagi minat penggunaan <i>mobile banking</i> . |
| Perbedaan | | Subjek pada penelitian yang dilakukan Jessica Patricia Wijaya dan Dewi Sri adalah pelaku UMKM di Kota Palembang sedangkan pada penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. | |
| Persamaan | | Menggunakan persepsi manfaat dan kemudahan sebagai variabel independen (X), menggunakan variabel minat menggunakan sebagai variabel dependen (Y). | |
| 3. | Joni, Rahmah Yulianti, Cut Hamdiah (2022). ⁵⁷ | Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh) | Kepercayaan dan kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . |
| Perbedaan | | Subjek pada penelitian yang dilakukan Joni, Rahmah Yulianti, Cut Hamdiah adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh sedangkan pada penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. | |

⁵⁶ Jessica Patricia Wijaya and Dewi Sri, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada UMKM di Kota Palembang," *Jurnal Informasi Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 1–18.

⁵⁷ Joni, Yulianti, and Hamdiah, "Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh)."

| | | | |
|-----------|---|---|---|
| Persamaan | | Menggunakan variabel kemudahan dan kepercayaan sebagai variabel independen (X) | |
| 4. | Paramita Nindya Kirana dan Nurfauziah (2023). ⁵⁸ | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Layanan <i>Fintech</i> pada <i>Mobile Banking</i> | Kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pada BSI <i>mobile banking</i> . Sebaliknya, harapan upaya dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada BSI <i>mobile banking</i> . |
| Perbedaan | | Subjek pada penelitian yang dilakukan Paramita Nindya Kirana dan Nurfauziah adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Wilayah Yogyakarta sedangkan pada penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. Alat analisis yang digunakan yaitu SEM-PLS sedangkan penelitian ini menggunakan SPSS. | |
| Persamaan | | Menggunakan minat menggunakan sebagai variabel dependen (Y) | |
| 5. | Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020). ⁵⁹ | Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan, dan Keamanan | Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan berpengaruh |

⁵⁸ Kirana and Nurfauziah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Layanan Fintech pada Mobile Banking."

⁵⁹ Margaretha Oktavia Pranoto and R. Gunawan Setianegara, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile

| | | |
|-----------|---|--|
| | Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Bnaking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) | signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran. |
| Perbedaan | Subjek pada penelitian yang dilakukan Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara adalah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pandanaran Semarang sedangkan pada penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. | |
| Persamaan | Menggunakan variabel manfaat dan kemudahan penggunaan sebagai variabel independen (X), menggunakan variabel minat menggunakan sebagai variabel dependen (Y). | |

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, dapat dilihat bahwa dari hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu penelitian ini masih relevan terhadap masalah penelitian ini. Dalam penelitian ini, yang menjadi unsur kebaruan yaitu peneliti mengkombinasikan variabel independen yang digunakan pada penelitian sebelumnya menjadi satu kesatuan yang baru. Peneliti menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kepercayaan untuk dijadikan sebagai variabel independen. Setelah itu, peneliti melakukan penelitian dengan variabel independen

tersebut terhadap objek dan subjek yang berbeda yaitu terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah susunan atau struktur yang disusun oleh peneliti sebagai pondasi dasar dari penelitiannya. Tujuan utama dari kerangka pemikiran adalah untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang menjadi fokus dalam penelitian. Selain itu, kerangka pemikiran ini dibangun berdasarkan teori-teori yang relevan serta mempertimbangkan temuan-temuan dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diketahui bahwa kemajuan teknologi digital berkembang dengan cepat dan terus diperbarui. Perkembangan teknologi tersebut menyebar salah satunya ke sektor keuangan yang sering disebut sebagai *financial technology* atau (*fintech*). Perkembangan penggunaan layanan *fintech* yang sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat membuat industri perbankan bersaing untuk mengembangkan layanan *financial technology*.

Keberhasilan implementasi teknologi seringkali bergantung pada sejauh mana pengguna dapat mengadopsi dan memanfaatkannya efektif. Saat suatu aplikasi diterapkan, sikap pengguna terhadapnya, baik itu positif atau negatif, bergantung pada persepsi mereka terhadap aplikasi tersebut. Untuk mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pengguna dalam menggunakan aplikasi ini, dapat dilakukan analisis dengan menggunakan Teori Penerimaan Teknologi (*Technology*

Acceptance Model - TAM). Teori TAM membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu aplikasi dan menjelaskan perilaku mereka dalam menggunakannya. Di dalam teori TAM, faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu aplikasi diantaranya yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.

Persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa adanya sistem dapat meningkatkan efisiensi dalam menjalankan tugas pekerjaan. Seseorang akan memanfaatkan teknologi jika teknologi tersebut memberikan keuntungan bagi mereka. Sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *mobile banking* bermanfaat maka *mobile banking* semakin sering digunakan.⁶⁰ Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan kepada 1096 nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojopahit 2 Kota Mojokerto menunjukkan bahwa variabel manfaat memberi pengaruh yang paling dominan terhadap minat nasabah KCP BSI Mojopahit 2 Kota Mojokerto dalam menggunakan BSI *mobile banking*.⁶¹

Selain itu, persepsi kemudahan pengguna juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat seseorang atau nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Kemudahan penggunaan sendiri berkaitan dengan rasa

⁶⁰ Teresia Perpetua Kota and Sri Yani Kusumastuti, "Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 10, no. 3 (2022): 276–88, <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>.

⁶¹ Mutia Hendarti et al., "Knowledge, Service Features, Benefits, and Convenience and Their Influence on Customer Interest: Evidence on BSI Mojopahit 2 Mojokerto City, Indonesia."

yakin bahwa setiap sistem memberikan bantuan tanpa memerlukan upaya lebih untuk mendapatkannya. Dengan kemudahan yang didapat nasabah dapat dengan mudah menggunakan layanan *mobile banking*, baik itu kemudahan dalam proses pembelajaran, pemahaman, penerapan, maupun penguasaan.⁶² Penelitian yang telah dilakukan pada tahun 2018 kepada nasabah Bank BNI Syariah KCP Magelang sebanyak 150 nasabah. Pada penelitian tersebut dikatakan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sehingga dapat diartikan semakin tinggi nilai kemudahan penggunaan, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.⁶³

Kepercayaan juga salah satu faktor eksternal yang dapat menjadi pertimbangan seorang nasabah dalam memilih layanan *mobile banking*. Faktor kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Ketika suatu bank dapat memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari penggunanya. Apabila rasa percaya itu sudah diperoleh maka nasabah pun tidak akan ragu untuk menggunakan *mobile banking*.⁶⁴

Penelitian telah dilakukan di Bank BT KC Banjarmasin dengan objek yang

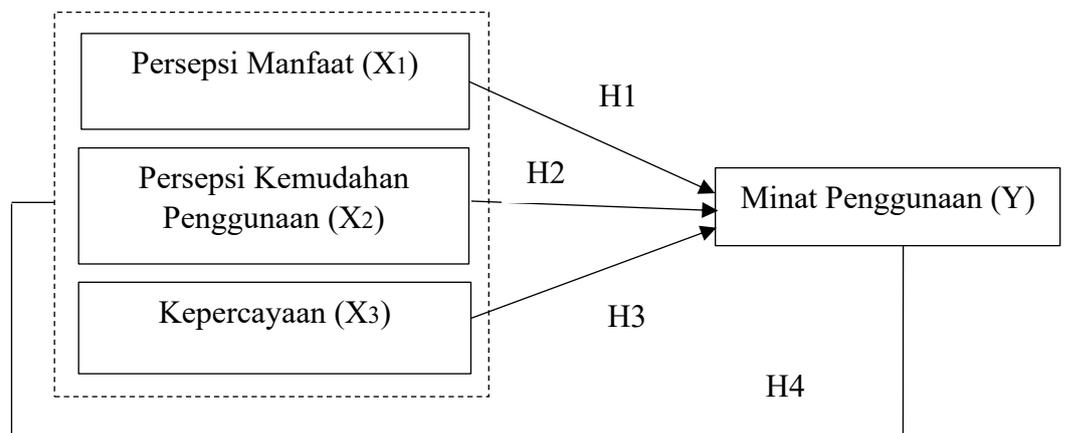
⁶² Muhammad and Rudy, "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)."

⁶³ Kholid and Soemarso, "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang."

⁶⁴ Triana Yuniati, Rachmat Pramukty, and Srimarta Siburian, "Pengaruh Persepsi Fraud dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Nasabah Bank Umum Pengguna Layanan Mobile Banking)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)* 18, no. 1 (2022).

diteliti adalah nasabah yang mengaplikasikan *mobile banking* di Bank BTN KC Banjarmasin dengan menggunakan 100 sampel. Penelitian itu didapatkan bahwa kepercayaan dinyatakan positif berpengaruh pada minat menggunakan *mobile banking* di Bank BTN KC Banjarmasin.⁶⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa adanya persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan dapat memengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Maka dari itu, peneliti menyajikan kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu digambarkan dalam sebuah bagan dibawah ini:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban dugaan sementara terhadap rumusan dalam masalah penelitian, karena jawaban atas rumusan masalah dilakukan berdasarkan teori yang relevan dan logika berpikir belum dibuktikan berdasarkan fakta-fakta empiris. Hipotesis juga mengemukakan prediksi hubungan antara variabel yang diamati serta

⁶⁵ Rozi and Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN."

dapat diuji kebenarannya secara empiris sehingga mudah dinyatakan dalam bentuk operasional yang dievaluasi berdasarkan data yang dipatkan.⁶⁶ Berdasarkan latar belakang masalah, tujuan penelitian, telaah pustaka dan kerangka teori yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₀₁: Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H_{a1}: Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H₀₂: Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H_{a2}: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H₀₃: Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H_{a3}: Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

H₀₄: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

⁶⁶ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Nanda Saputra, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2021).

H_{a4}: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.