

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai alat komunikasi masa kini seperti *smartphone*, dimana setiap individu dapat memproduksi, mengolah, mengirim, serta menerima segala macam bentuk pesan komunikasi di manapun dan kapanpun tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu yang mana telah memacu adanya perkembangan di sektor media massa yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Akhirnya, serbuan informasi yang diperoleh dari media massa, baik media cetak ataupun media elektronik mulai terasa. Tanpa disadari, dengan mudahnya mengakses informasi diberbagai media dapat memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Hal ini tentu sangat berdampak bagi kalangan masyarakat, baik dampak positif maupun negatif. Namun, tentu yang harus diwaspadai yaitu dampak negatif dari pesatnya perkembangan teknologi yang secara tidak langsung mulai memasuki kehidupan masyarakat. Sebagai catatan, dalam beberapa dekade terakhir perkembangan arus informasi dan media masa di Indonesia memang terbilang luar biasa.¹

Di dunia transaksi perbankan pun mulai menggunakan teknologi berbasis komputer dikarenakan teknologi yang semakin maju guna mempermudah transaksi dengan nasabah, yang awalnya melayani nasabah harus dengan bertatap

¹ Maya Qorri Aina, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Bank Umum Syariah (*Skripsi*, Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2020), 1.

muka atau nasabah datang ke cabang-cabang bank. Investasi menjadi lebih mudah karena bank mulai menggunakan teknologi berbasis komputer dan sekarang sudah bisa mengakses lewat internet bahkan dengan *mobile* "HP" dan dengan SMS yang sekarang sudah banyak diterapkan bank.²

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia mengalami perkembangan pesat, meluasnya teknologi membawa perubahan. Perubahan tersebut terjadi dalam semua bidang intermediasi keuangan dan pasar keuangan seperti *e-finance*, *e-money*, perbankan elektronik (*e-banking*), *e-broker*, e-asuransi *e-exchange*, dan bahkan pengawasan elektronik.² Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat pekerjaan semakin mudah dan cepat dilakukan, diantaranya transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara online. Teknologi Informasi (TI) sudah menjadi sebuah kebutuhan primer saat ini.³ Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat pekerjaan semakin mudah dan cepat dilakukan, diantaranya transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara online. Teknologi Informasi (TI) sudah menjadi sebuah kebutuhan primer saat ini.⁴

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan. Dalam dunia perbankan, banyak inovasi layanan

² Ibid.

³ Fiqi Syafaati, "Pengaruh Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Nasabah Dalam Bertransaksi Secara Online" (*Skripsi*, universitas islam negeri syarif hidayatullah, jakarta, 2020), 1.

⁴ Cahyaningtyas dan Witono, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, Dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking." *Jurnal ekonomi dan bisnis*, vol. 10. No. 1 (April 2022): 149-159.

yang sudah dibentuk bertujuan untuk menarik dan memberikan layanan yang nyaman, aman dan mudah bagi nasabah, dengan perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru dan transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual beli dan transaksi.⁵

Salah satu perbankan syariah yang telah menyediakan layanan *Mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang disebut *BSI Mobile banking*. *BSI Mobile* adalah salah satu saluran distribusi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui *smartphone*. Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil merger antara PT Bank BSI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah.⁶

Perbankan syariah telah mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir sebagai salah satu lembaga jasa keuangan syariah. Hal ini disebabkan banyaknya masyarakat yang memilih jasa keuangan berbasis syariah islam. Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan digital sebagai upaya menghadapi persaingan dengan bank konvensional. Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebaskan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak

⁵ Fiqi Syafaati, *Pengaruh Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Nasabah Dalam Bertransaksi Secara Online*, 2.

⁶ www.bankbsi.co.id/company-information (Diakses pada 27 November 2023, 01.24)

bank.⁷ Sebelumnya nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM). Namun karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba.⁸ Selain itu, tingkat kriminalitas juga sangat tinggi saat menggunakan ATM, misalnya pelaku kejahatan menggunakan alat penyimpan uang yang ditempelkan pada mesin ATM yang digunakan sebagai duplikat tempat keluarnya uang.⁹

Hal ini membuat industri perbankan syariah meluncurkan *Mobile banking*. *Mobile banking* adalah sebuah inovasi perbankan syariah yang memanfaatkan teknologi informasi guna memberikan kesempatan bagi bank untuk memberikan kemudahan dan keuntungan bagi nasabah. *Mobile banking* merupakan suatu fasilitas perbankan syariah yang menyediakan layanan melalui perangkat *Mobile* untuk mengoptimalkan sistem perbankan syariah. Ketersediaan *smartphone* dan internet menjadi kunci utama bagi nasabah dalam mengoptimalkan penggunaan layanan *Mobile banking*. Nasabah dapat dengan lancar melaksanakan berbagai transaksi perbankan syariah hanya dengan mengandalkan koneksi internet dan telepon seluler. Dengan kehadiran fasilitas ini, setiap individu memiliki potensi

⁷ Fijriah, "Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (*Skripsi: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018, 2021*), 3.

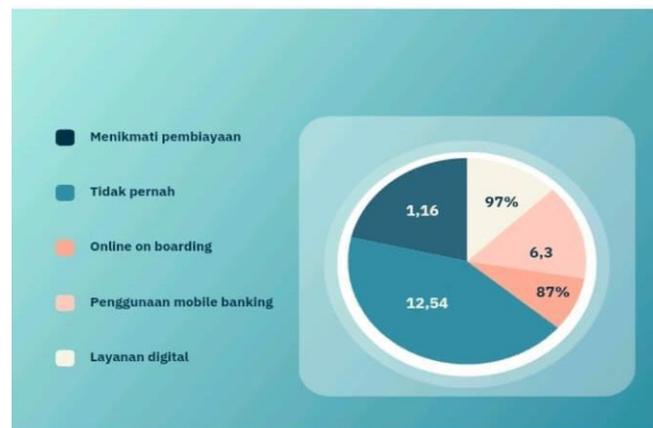
⁸ Nurdin Nurdin and others, 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), 87–104.

⁹ John Reimon Batmetan and Triska Pinatik, 'Sistem Keamanan Anjungan Tunai Mandiri', *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2018.

untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah secara fleksibel, dimana pun dan kapan pun nasabah inginkan.¹⁰

Gambar 1.1

Intensitas nasabah melakukan transaksi BSI *Mobile banking*



Sumber: Digitalisasi BSI Tahun 2024.

Berdasarkan data diatas masih ada nasabah yang belum memanfaatkan internet dalam melakukan transaksi perbankan berupa *internet banking* atau *Mobile banking*, dari hampir 20 juta nasabah BSI persentase nasabah yang belum pernah menggunakan *internet banking* atau *Mobile banking* mencapai 12,54. Nasabah BSI baru sekitar 1,16 juta yang menikmati pembiyaan. Sebanyak 86% merupakan *online on boarding*. Dari jumlah transaksinya, sebanyak 97% menggunakan layanan digital. Sedangkan nasabah yang paling sering menggunakan *Mobile banking* BSI dalam melakukan transaksi perbankan pada tahun 2023 sebanyak 6,3 juta. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2023 pengguna BSI *Mobile banking* untuk keperluan transaksi BSI

¹⁰ Yusnidar, Sofiana Zahra Lubis, dan Nurbaiti “Optimalisasi Penggunaan Mobile Banking Syariah Bagi Nasabah: Analisis Jaringan Untuk Meningkatkan Efisiensi” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, Vol. 4, No. 1 (Februari 2024), 32-44.

Mobile banking lebih rendah dibandingkan pengguna internet yang tidak pernah memanfaatkan internet dalam transaksi BSI *Mobile banking*.¹¹

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *reel-time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang dimiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan saran telepon seluler (ponsel). Manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking* yaitu, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang. Meskipun *mobile banking* bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain *mobile banking* memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaannya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan didunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara *online*, pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan lain sebagainya.¹²

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan, misal, minat untuk mempelajari atau melakukan sesuatu. Minat adalah suatu disposisi yang terorganisir melalui pengalaman yang mendorong seseorang untuk memperoleh objek khusus, aktivitas, pemahaman, dan keterampilan untuk tujuan perhatian atau pencapaian. Menurut kamus besar

¹¹ <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201135008-17-510865/digitalisasi-bsi-makin-ekspansif-belanja-it-tahun-ini-rp-15-t>

¹² Nurdin. N, indah.M, Nurfitriani. N, Abdul.J (2020) “pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah” *jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah* vol. 2 No. 1

bahasa Indonesia, minat atau keinginan adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Hal penting pada minat adalah intensitasnya. Secara umum minat termasuk karakteristik efektif yang memiliki intensitas tinggi.¹³

Minat merupakan rasa suka dan rasa ketertarikan pada sesuatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.¹⁴ Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak gerik. Dalam menjalankan fungsinya, minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati. Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan akan benda, aktivitas atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu sebagai pilihannya.¹⁵

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi dalam sistem mobile banking adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). David mengembangkan model TAM yang memperkenalkan

¹³ Arta Anggriani Hariati, "pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah uin mataram (angkatan2017-2018)" (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2021), 27.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Rizki Pangesti, "Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah yogyakarta)" (*Skripsi*: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta, 2018), 3

variabel kunci yaitu *perceived ease of use* yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi.¹⁶

Seperti dalam teori TAM yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adopsi pengguna dari sistem informasi baru ditentukan oleh keinginan pengguna untuk menggunakan sistem, yang pada gilirannya ditentukan oleh keyakinan pengguna tentang sistem. *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) merupakan instrumental dalam menjelaskan varian dalam niat pengguna. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.¹⁷

Persepsi kemudahan di dalam teori TAM, menurut Jogianto *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.¹⁸ Menurut penelitian Ledesman, hal ini dikarenakan semakin besar kemudahan penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan transaksi dalam layanan mobile banking dapat memudahkan nasabah bertransaksi perbankan seperti melakukan transfer sesama bank ataupun transfer ke bank lain, dimana transaksi mobile banking dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun dan dapat mempermudah nasabah

¹⁶ Sutabri, *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi)*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Andi, 2016), 92

¹⁷ Ibid, 93.

¹⁸ Jogiyanto, *Analisis Dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 67.

yang memiliki kesibukan, dengan layanan mobile banking nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan, kemudahan yang telah diberikan akan menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi minat, apabila kemudahan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat akan timbul, begitu juga sebaliknya apabila kemudahan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka minat tidak akan muncul.¹⁹

Kepercayaan juga menjadi hal yang mampu mempengaruhi minat. Kepercayaan sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi berubah ubah dan berisiko. Seiringnya maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan.²⁰ Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap kehandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.²¹

Sehingga faktor kemudahan dan kepercayaan menjadi faktor yang mampu mempengaruhi dalam penggunaan sebuah produk atau teknologi. Apabila terdapat kemudahan dalam penggunaan teknologi maka akan mampu memunculkan minat. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi

¹⁹ Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)", (*Skripsi* UIN Raden Intan Lampung, 2019), 68.

²⁰ Sri Julianti, *Mastering Packaging For E-Commerce Strategi Dan Teknik Mengemas Produk Secara Aman Dan Mengesankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 12

²¹ Amanullah, "Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank BCA Semarang)", (*Skripsi* Universitas Diponegoro Semarang, 2020), 46

munculnya minat, apabila kepercayaan seseorang sudah ada pada teknologi tersebut maka akan sangat besar peluang dalam memunculkan minat nasabah.²²

Layanan *Mobile Banking* yang terdiri dari Buti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsivness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emhpty*) inilah yang akan menjadi penentu kepuasan bagi nasabah dalam hal bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI Syariah. Banyak cara dapat di lakukan bank untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, diantaranya dengan memberikan kesan dan citra terbaik dalam hal produk maupun layanan. Salah satunya yaitu pada layanan *Mobile banking* ini, dimana pada kelima variabel ini haruslah bekerja dengan optimal demi kepuasan nasabah.²³

Hubungan antara bank dengan nasabah dilandasi oleh sebuah asas yaitu berdasarkan prinsip kepercayaan. Nasabah menyimpan dana kepada bank dan bank menghimpun dana dari nasabah berdasarkan prinsip kepercayaan, maka demikian bank harus menjaga kesehatan banknya dengan cara tetap mempertahankan kepercayaan nasabah. Adanya daya tarik nasabah untuk menabung di bank dilandasi oleh sebuah kepercayaan untuk mendapatkan dana yang di investasikan di bank kembali berdasarkan waktu yang diinginkan sesuai perjanjian yang telah disepakati dengan pihak bank. Jika kepercayaan nasabah terhadap bank mengalami penurunan, maka akan memungkinkan

²² Rezki Rahmad Surgawan, Ihwan Susila "Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan" *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 18 (3), 918-936.

²³ Rijal Arslan "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia" *Jurnal Maneksi*, Vol. 11, No. 2 (Desember 2022).

terjadinya *rush* terhadap dana yang disimpannya, sehingga timbul kasus yang menyebabkan nasabah tidak percaya terhadap suatu bank.²⁴

Sehingga hal tersebut akan menjadi faktor penentu dalam memunculkan minat. Maka dengan adanya kemudahan dan kepercayaan yang ada pada pengguna mobile banking maka akan meningkatkan peluang lebih besar untuk mampu meningkatkan minat nasabah khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura dalam menggunakan *mobile banking*.

Sebagian Mahasiswa FEBI IAIN Madura angkatan 2020 masih belum memanfaatkan adanya layanan BSI *Mobile*. Sesuai dengan pra-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa Mahasiswa FEBI IAIN Madura angkatan 2020 diantaranya 4 Mahasiswa Akutansi Syariah, 4 Mahasiswa Perbankan Syariah dan 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah ditemukan bahwasanya para mahasiswa tersebut menggunakan BSI *Mobile* hanya untuk keperluan tertentu seperti penerimaan uang beasiswa, pembayaran UKT, Transaksi uang. Namun, dari hasil penelitian dapat diketahui bahwasanya Risma mahasiswa FEBI IAIN Madura angkatan 2020 yang mengatakan bahwa pernah beberapa kali menggunakan layanan *Mobile banking* BSI Syariah lalu mengalami *loading* atau *error*, permasalahan tersebut kurang di mengerti apakah masalah yang terjadi dikarenakan kendala jaringan atau memang dari *server*-nya.²⁵ Selain itu mahasiswa atas nama Rudi yang melakukan transaksi baik pembayaran pendidikan (UKT) dan transfer melalui layanan *Mobile banking* BSI Syariah

²⁴ Khotibul Umam, Veri Antoni, *Corporate Action Pembentukan BANK SYARIAH*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press), 113.

²⁵ Hoirur Risma, dkk, Mahasiswa FEBI IAIN Madura, pada tgl (29 Desember 2023) Hasil pra peneliti yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa mahasiswa Angkatan 2020

sempat mengalami kendala yaitu setiap akan melakukan transaksi harus menunggu lampu indikator berwarna hijau.²⁶ Dari permasalahan tersebut dapat mempengaruhi terhadap penggunaan layanan *Mobile banking* BSI Syariah.

Namun seiring meningkatnya teknologi dan perkembangan digital sehingga layanan BSI *Mobile* juga meningkat. Beberapa kemajuan seperti meningkatnya layanan mesin ATM, dan banyaknya fitur layanan transaksi BSI *Mobile* sehingga banyak mahasiswa yang memilih menggunakan layanan transaksi tersebut. Maka dari itu penelitian ini akan menguji bagaimana Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan dengan adanya layanan BSI *Mobile banking*.

Variabel kemudahan dalam penelitian yang dilakukan oleh Arta Anggriani Hariati menyatakan bahwa variable kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.²⁷ Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Tika Sanjani yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.²⁸ Dengan demikian perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh variabel kemudahan terhadap minat.

²⁶ Rudi Firmansyah, dkk, Mahasiswa FEBI IAIN Madura, pada tgl (29 Desember 2023) Hasil pra peneliti yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa mahasiswa Angkatan 2020

²⁷ Arta Anggriani Hariati, "pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah uin mataram (angkatan2017-2018)" (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2021), 4-5.

²⁸ Maria tika Sanjani "pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa febi iain Bengkulu menggunakan internet banking" (*skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, 2019), 3

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang persepsi kemudahan dan kepercayaan mahasiswa ketika mereka menggunakan *mobile banking* dengan judul: “**Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Tentang BSI *Mobile Banking* Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Madura**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan tentang BSI *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura?
2. Apakah kepercayaan tentang BSI *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura?
3. Apakah persepsi kemudahan dan kepercayaan tentang BSI *mobile banking* berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi kemudahan tentang BSI *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.

2. Untuk mengetahui kepercayaan tentang BSI *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.
3. Untuk mengetahui persepsi Kemudahan dan kepercayaan tentang *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.

D. Asumsi Penelitian

Untuk mengetahui apakah persepsi Kemudahan dan kepercayaan tentang *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura. memperkuat permasalahan, menentukan objek penelitian, tempat pengambilan data dan instrument pengumpulan data. Dengan kata lain, asumsi adalah suatu yang dipikirkan oleh individu dan belum diketahui kebenarannya.²⁹ Dalam beberapa penelitian terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap BSI *mobile banking* diantaranya yaitu persepsi, kepercayaan dan ketertarikan. Namun dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan dan kepercayaan. Variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pertanyaan tentang karakteristik populasi, yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Pertanyaan tersebut merupakan hasil dari penelaahan teoritik

²⁹ Feny Rita Fiantika, dkk, *metodologi penelitian kualitatif* (padang: get press, 2022), 42.

(melalui proses rasional atau proses teoritik), baik menggunakan penalaran deduktif maupun menggunakan penalaran induktif.³⁰ Hipotesis terdiri dari 2 jenis, hipotesis penelitian dan hipotesis statistik. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah hipotesis statistik, dimana hipotesis ini ada jika bekerja dengan sampel, jika penelitian tidak menggunakan sampel maka tidak ada hipotesis statistik.³¹ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha.1 : Persepsi Kemudahan berpengaruh secara persial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura
- Ha.2 : Kepercayaan berpengaruh secara persial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.
- Ha.3 : Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.

F. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat berguna dan bermanfaat, baik secara ilmiah maupun sosial, serta diharapkan dapat memberikan informasi terkait tentang pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

³⁰ Djaali, *Metodologi penelitian kuantitatif* (Jakarta Timur: bumi aksara, 2021), 15

³¹ Sugiyono, *metodologi penelitian bisnis* (Bandung: Alfabeta,2012), 94.

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat meningkatkan pengetahuan dan kebermanfaatan di bidang perbankan syariah khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura tentang pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan tentang BSI *mobile banking* terhadap minat mahasiswa sehingga penelitian ini dapat dijadikan rujukan maupun referensi oleh para peneliti yang akan datang.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan dengan dunia kerja nyata, mengetahui lebih dalam tentang nilai perusahaan.

b. Bagi Mahasiswa

Dapat menjadikan solusi bagi mahasiswa mengenai persepsi tentang penggunaan BSI *Mobile-Banking*.

c. Bagi IAIN Madura

Dapat menjadi tambahan referensi sehingga dapat dijadikan bahan acuan atau referensi penelitian lebih lanjut serta untuk menambahkan wawasan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian pada variabel yang sama atau objek yang sama.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura. ruang lingkup penelitian mencakup batasan variabel yang diteliti dan lokasi penelitian.

1. Ruang lingkup variabel

Ruang lingkup variabel yang diteliti adalah variabel persepsi kemudahan (X1), kepercayaan (X2), minat (Y). Agar variabel diatas memiliki batasan terhadap materi yang dibahas, maka terdapat indikator-indikator dari variabel tersebut sebagai berikut:

a. Indikator Persepsi Kemudahan (X₁)

Indikator dari persepsi kemudahan sebagai berikut:³²

- 1) Mudah untuk dipelajari dan dioperasikan,
- 2) Pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah
- 3) Menambah ketrampilan para pengguna.

b. Indikator Kepercayaan (X₂)

Indikator dari kepercayaan sebagai berikut:³³

- 1) Integritas (*Integrity*)
- 2) Kompetensi (*Competence*)
- 3) Konsistensi (*Consistency*)
- 4) loyalitas (*Loyalty*)
- 5) Keterbukaan (*Openness*)

c. Indikator Minat (Y)

Indikator dari minat sebagai berikut:³⁴

- 1) Minat transaksional
- 2) Minat refrensial

³² Supramono dkk, “*Transformasi Digital Belajar Dari UMKM Bidang Makanan dan Minuman*”, (Penerbit NEM, 2023), 143.

³³ Nora Anisa br. *Perilaku Konsumen*(Yogyakarta : ANDI, 2008) hlm 45

³⁴ Fatmawati, “*Komunikasi Digital (Dalam Bingkai Riset)*”, (Jawa Tengah: CV. Amerta Media, 2023), 87.

3) Minat preferensial

4) Minat eksploratif

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian lokasi yang akan dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN) Madura. IAIN Madura adalah perguruan tinggi agama islam negeri yang terletak di jalan raya panglegur No. Km. 4, Barat, Ceguk, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69371. Responden yang akan diteliti yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.

H. Definisi Istilah

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.³⁵ Apabila seseorang beranggapan terkait penggunaan *Mobile Banking* mudah, orang tersebut akan menggunakannya. Dan apabila seseorang tidak percaya dan beranggapan *Mobile Banking* sulit digunakan, orang tersebut tidak akan menggunakannya.

2. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai

³⁵ Nurdin nurdin, rugma ningrum, sofyan bacmid, abdul jalil “pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* vol. 3 no. 1. 36.

kualitas dalam berbagai transaksi antar penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.³⁶

3. Minat

Pengertian minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relative tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.³⁷

4. Mobile Banking

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.³⁸

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Nina Risky yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pegetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada UMKM di Kecamatan Buleleng Pada Tahun 2018”. Penelitian ini menggunakan penenlitian

³⁶ Fiqi syafaati “pengaruh dan kepercayaan dan mutu e-banking terhadap minat bertransaksi secara online dan dampaknya pada keputusan nasabah dalam bertransaksi secara online” (*skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020), 18.

³⁷ Arta anggriani hariati “*pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah uin mataram*” 3.

³⁸ Arta anggriani hariati “*pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah uin mataram*” (*Skripsi*: UIN Mataram, 2021), 2.

kuantitatif. Metode analisis data menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah Pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, dengan menggunakan sampel sebanyak 120 pelaku UMKM. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 16 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM, (2) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM, (3) pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM, dan (4) persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan berpengaruh bersama-sama terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM.³⁹ Persamaan dari kedua penelitian ini selain menggunakan pendekatan kuantitatif ada persamaan lainnya yaitu,

³⁹ Nina risky dkk. "pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap minat menggunakan e-banking dalam bertransaksi pada umkm di kecamatan buleleng" *JIMAT (jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi)*, vol: 9 No:3 tahun 2018, 191.

(1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking*. Pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Madura. (2) kepercayaan berpengaruh positif juga terhadap minat menggunakan BSI *Mobile banking*. Pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Madura. Sedangkan perbedaannya dari penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel (1) persepsi kemudahan (2) kepercayaan (3) pengetahuan (4) minat. sedangkan penelitian ini menggunakan 3 variabel (1) persepsi kemudahan (2) kepercayaan (3) minat. pada penelitian terdahulu populasi yang digunakan pelaku UMKM di kecamatan buleleng sebanyak 120 populasi. Sedangkan pada penelitian ini yaitu berfokus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Madura. Populasi yang digunakan sebanyak 381.

2. Penelitian Joni, Rahmah Yulianti, dan Cut Hamdiah (2022), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengguna *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh)”. Terdapat beberapa permasalahan utama terkait transisi dari perbankan tradisional ke perbankan elektronik, khususnya mobile banking, akibat perkembangan e-commerce. Minat masyarakat Indonesia terhadap mobile banking sangat tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking mencakup persepsi risiko, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Nasabah khawatir tentang risiko seperti masalah sinyal atau jaringan internet yang

tidak stabil dan potensi kehilangan handphone. Penelitian ini merupakan studi kausal dengan pengujian hipotesis. Pengambilan sampel dilakukan secara non-probability sampling khususnya purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 nasabah pengguna mobile banking BSI. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS V.22.0 For Windows. Hasil penelitian menemukan bahwa nilai koefisien regresi variabel independet terhadap variabel dependent tidak sama dengan nol. Selanjutnya masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko (63,8%), kepercayaan (75,8%), kemudahan penggunaan (49,6%), berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh. Sedangkan secara simultan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($209,749 > 2,31$), dengan signifikansi sebesar 0.000 sehingga membuktikan bahwa secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Banda Aceh.⁴⁰

Persamaan pada penelitian ini yaitu membahas tentang persepsi kemudahan dan kepercayaan serta menggunakan data kuantitatif, menggunakan sampel purposive sampling dan menggunakan metode

⁴⁰ Joni, Rahmah Yulianti, dan Cut Hamdiah “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pengguna *Moblie Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indoneia di Kota Banda Aceh)” *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi*, Vol. 4, No. 2 (Juni 2022), 56-61.

regresi linear berganda. Sedangkan memiliki perbedaan pada variabel X1 dimana variabel x1 pada penelitian terdahulu persepsi resiko sedangkan penelitian ini variabel x1 persepsi kemudahan dan variabel y pada penelitian terdahulu penggunaan *mobile banking* sedangkan penelitian ini variabel y minat. Memiliki perbedaan pada objek penelitian serta perbedaan pada pengambilan sampel dimana pada penelitian terdahulu jumlah sampel sebanyak 100 responden sedangkan pada penelitian ini sebanyak 79 responden.

3. Penelitian Edy Junaedi dan Neneng (2023), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syari’ah Indonesia di Tangerang” Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking. Pertumbuhan transaksi pada BSI mobile mengalami peningkatan yang sangat pesat pada masa pandemi covid-19 sejak maret 2020 hingga sampai bulan juli 2021 jumlah pengguna mobile banking 2,5 juta pengguna dengan pertumbuhan transaksi BSI mobile sebesar 46,4 juta transaksi atau naik hingga 97,4%. Peningkatan transaksi BSI mobile ini didorong karena hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat indonesia saat masa pandemi covid-19 dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di e-commerce Metode penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22 Variabel manfaat memiliki nilai coefficients

sebesar 0.76, berpengaruh positif terhadap minat dengan nilai signifikan 0,02. Variabel keamanan memiliki nilai coefficients sebesar 0.169, variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak signifikan dengan nilai sebesar 0,162. Variabel kemudahan memberikan nilai koefisien sebesar, 464 Kemudahan berpengaruh secara Positif dan signifikan sebesar ,000 terhadap minat menggunakan mobile banking. Hasil F hitung menunjukkan angka 74,210 dan nilai signifikan 0.000 yaitu lebih kecil dari nilai 0.5 ini berarti bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.⁴¹

Persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel Y dimana fokus penelitiannya yaitu terhadap minat mahasiswa. Sedangkan pada perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu memiliki menggunakan 3 variabel bebas dimana variabel x1 persepsi manfaat, x2 keamanan dan x3 kemudahan sedangkan pada penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas dimana x1 persepsi kemudahan dan x2 kepercayaan. Memiliki perbedaan pada objek penelitian yang berbeda serta waktu penelitiannya juga berbeda.

⁴¹ Edy Junaedi dan Neneng “Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syari’ah Indonesia di Tangerang” *Jurnal Islamic Banking & Economic Law Studies*, Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni 2023) 13-29.