

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian bank syariah

Bank adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah manusia yang merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan. Pada dasarnya bank adalah lembaga perantara dan penyaluran dana antara pihak yang berlebihan dengan pihak yang kekurangan. Dalam perekonomian modern, bank telah menunjukkan peranan yang penting dan berhasil dengan baik dalam penyaluran dana masyarakat¹.

Menurut UU No. 7 tahun 1992 yang direvisi dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank syariah adalah : lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil. Dalam UU No.21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya².

¹ Isnaini Endah Damastuti, "Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2010," T.T.

² Mohamad Ainun Najib, "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah," *Jurnal Jurisprudence* 7, No. 1 (22 Juni 2017): 15–28, <https://doi.org/10.23917/Jurisprudence.V7i1.4351>.

Dalam menjalankan operasinya, fungsi bank syariah adalah sebagai berikut :

1. Lembaga intermediasi atau lembaga perantara keuangan. Sama halnya dengan bank konvensional, bank syariah pun memiliki fungsi sebagai lembaga yang melakukan penghimpunan serta penyaluran dana kepada masyarakat. Bank syariah dapat menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana. Dana tersebut kemudian disimpan dalam bentuk titipan (menggunakan akad wadiah) ataupun investasi (menggunakan akad mudharabah). Bank menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan melalui produk yang dikenal sebagai produk pembiayaan. Bank syariah memberikan opsi bagi masyarakat dalam memilih jenis akad pembiayaan, mulai dari akad jual beli hingga akad kemitraan atau kerjasama.
2. Pelayanan jasa perbankan. Bank syariah juga memiliki pelayanan jasa sebagaimana bank pada umumnya. Masyarakat yang menggunakan jasa bank syariah akan dibebankan biaya (fee) yang mana biaya tersebut akan menjadi salah satu sumber pendapatan bank.
3. Lembaga baitul mal dalam menjalankan fungsi sosial. Bank syariah dapat menerima dana sosial baik itu berupa zakat, infak, sedekah, hibah maupun dana sosial lainnya. Selanjutnya dana yang telah dihimpun akan disalurkan kepada organisasi pengelola

zakat. Bank syariah juga dapat menghimpun dana berupa wakaf uang serta menyalurkannya kepada pihak pengelola wakaf (nazhir) sebagaimana telah disepakati oleh pemberi wakaf (wakif).³

2. Perkembangan Produk dan Jasa Bank Syariah

perkembangan teknologi dari tahun ke tahun yang semakin pesat telah menjadi suport bagi pesaing bisnis. Adanya kemudahan dalam mencari informasi dengan menggunakan teknologi maka akan berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya⁴.

Banyak dari nasabah menginginkan suatu pelayanan yang sederhana dan bersifat praktis, bukan hanya slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah

³ Salma Fauziah, "Optimalisasi Fungsi Dan Kedudukan Bank Syariah Dalam Upaya Mewujudkan Integrasi Keuangan Komersial Dan Sosial Islam," T.T.

⁴ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Dan Alfi Arif, "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi," 2017.

sesuai dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu layanan yang dikembangkan bank dengan mengikuti perkembangan teknologi dan merealisasikan kemudahan bagi nasabah adalah dengan mengembangkan layanan *elektronik banking*. *Elektronik banking* merupakan layanan transaksi perbankan yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan teknologi media komunikasi seperti komputer dan telepon seluler.

Elektronik banking merupakan layanan yang meliputi *internet banking*, *mobile banking* dan *sms banking*. *Elektronik banking* memiliki layanan berbentuk *Automatic Teller Machine* (ATM) atau di Indonesia lebih dikenal dengan anjungan tunai mandiri.

B. Technology Acceptance Model (ATM)

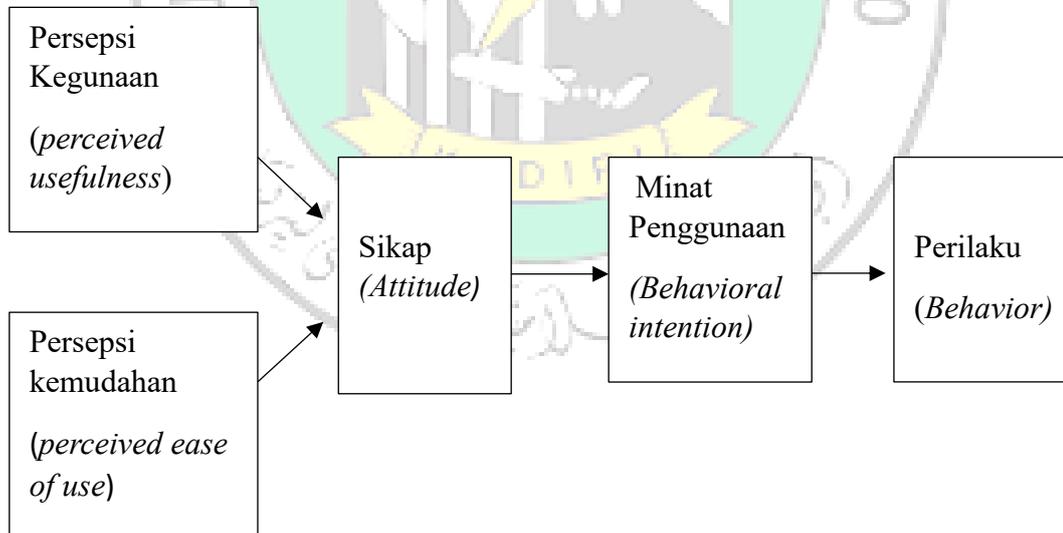
1. Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. *TAM* dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". Awalnya, *TAM* dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, *TAM* juga digunakan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk teknologi

mobile, media sosial dan lainnya. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis, *Technology Acceptance Model (TAM)* terus mengalami perkembangan dan peningkatan⁵.

2. Konsep Dasar TAM

Konsep dasar *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*

⁵ Soetam Rizky Wicaksono, "Teori Dasar Technology Acceptance Model" (Zenodo, 2 Desember 2022), <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7754254>.

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama yang belum dimodifikasi menggunakan lima konstruk utama. Kelima konstruk ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)
2. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviour*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
4. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
5. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

C. Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan yang diberikan oleh bank pada nasabahnya untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti telepon seluler ⁶. Dengan adanya fasilitas *mobile banking* artinya nasabah yang biasanya harus mendatangi gerai bank, kini hanya perlu handphone. Selain dapat menghemat waktu, *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tak ketinggalan zaman dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Layanan yang dapat digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara

⁶ Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, Dan Suharto Suharto, "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi *Mobile Banking*," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 12, No. 2 (29 Desember 2021): 170, <https://doi.org/10.32507/Ajei.V12i2.892>.

lain adalah mengirim uang (transfer) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya dan masih banyak lagi manfaat dari menggunakan layanan *m-banking*.

D. Minat

Minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang dianggap dapat menciptakan kepuasan dan kesenangan secara terus menerus. Kepuasan dan kesenangan yang didapat dari manfaat menggunakan teknologi akan menciptakan rasa ingin terus menggunakan teknologi tersebut. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan.⁷ Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut .⁸

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
3. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk

⁷Dwi Mastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resikoterhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking." 2014

⁸ Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta," 1 Januari 2008.

tersebut.

Kenyataan yang sebenarnya, Minat tidak selalu bersifat tetap. Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak individu yang bersangkutan. Semakin panjang rentan waktu, semakin besar juga terjadi perubahan dalam Minat yang akan dialami. Begitu juga sebaliknya, apabila rentan waktu semakin kecil, dapat meminimalisir terjadinya perubahan Minat tersebut.

E. Manfaat

1. Pengertian manfaat

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.⁹ Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

Beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

1. *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
2. *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna

⁹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology," September 1989.

3. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.¹⁰

Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat pemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.

2. Hubungan persepsi manfaat terhadap penggunaan *mobile banking*

Berdasarkan penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat dari menggunakan teknologi dapat mempengaruhi bagaimana nasabah menyikapi teknologi yang berkembang. Dengan manfaat yang diberikan seperti mempermudah pekerjaan, maka akan muncul sebuah *statement* positif terhadap teknologi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian mario ledesman dengan judul Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) ,

¹⁰ Fred D. Davis.

penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*.¹¹

F. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan¹². Kepercayaan merupakan salah satu pondasi ketika seseorang akan melakukan bisnis, karena transaksi pada dua belah pihak akan terjadi apabila saling percaya. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
3. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.¹³

¹¹ Mario Ledesman.

¹² Dwi Mastia Harlan.

¹³ Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya" 5 (2016).

2. Hubungan persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*

Seiring perkembangan teknologi yang tak bisa dihindari, maka semakin banyak pula tindak kriminal melalui internet yang terjadi. Dalam mengembangkan *mobile banking* kejahatan internet ini harus sangat dipertimbangkan. Keamanan dan kerahasiaan juga menjadi salah satu isu yang diperhatikan oleh pengguna, oleh sebab itu bank harus menciptakan rasa aman terhadap nasabah, yang nantinya akan timbul rasa percaya yang mana kepercayaan tersebut akan mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu dengan judul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta) menyatakan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*, dengan kata lain semakin tinggi tingkat kepercayaan maka akan semakin banyak nasabah yang berminat menggunakan *mobile banking*.¹⁴

¹⁴ Priestiani Putri Rahayu, "Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta" .

G. Kemudahan Penggunaan

1. Pengertian Kemudahan

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.¹⁵

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna layanan yang diberikan bank melalui *mobile banking* dapat dimengerti dan mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari bertransaksi menggunakan *m-banking*. Terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain meliputi:

1. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi.
4. Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.¹⁶

¹⁵ Hadi Dan Novi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*."

¹⁶ Bastian Amanullah, "Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2014," *Mobile Banking*, T.T.

Berdasarkan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut:¹⁷

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

Dari ayat di atas Allah S.W.T mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan pengguna *mobile banking* bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

2. Hubungan persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking*

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dapat mengurangi usaha baik berupa waktu maupun tenaga seseorang dalam melakukan suatu aktivitas tertentu. Kemudahan ini dapat menimbulkan suatu perbandingan, bahwa orang yang menggunakan teknologi bekerja lebih mudah dibanding orang yang bekerja tidak

¹⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015).

menggunakan teknologi. Penggunaan teknologi yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah dipelajari menjadi suatu karakteristik dalam kemudahan penggunaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo, dkk. Dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Cimb Niaga (*Go Mobile*), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁸



¹⁸ Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, Dan Usep Suhud, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Comuterline Di Jakarta),” *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, No. 1 (31 Maret 2015): 440–56, <https://doi.org/10.21009/Jrmsi.006.1.06>.