

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Digitalisasi**

###### **a. Sejarah Digital Banking**

Digital banking adalah jasa yang memungkinkan nasabah bank melaksanakan transaksi perbankan dengan jaringan internet. Internet banking lebih mudah dibandingkan atas pelayanan dengan bentuk counter, karena tidak mengetahui Batasan ruang dan waktu.<sup>12</sup>

Sejarah digital banking bentuk komunikasi antar makhluk hidup yang paling awal merupakan suara, yang dihidupkan oleh mulut, serta diterima oleh telinga, apabila jarak antar makhluk yang berkomunikasi itu jauh, diperlukan perantara bantu yang dapat diindrai. Contohnya ialah abad kedua sebelum masehi orang Yunani memanfaatkan sinyal obor sebagai alat komunikasi. Kombinasi serta kedudukan yang tidak sama dari obor tersebut menghasilkan kombinasi huruf-huruf Yunani. Cara komunikasi memakai obor ini adalah cara awal dari bentuk komunikasi data.

Pada awal abad ke-18 diawali diperkenalkan bendera semaphore untuk memberikan komunikasi, bendera semaphore ini pada awalnya sama seperti obor yang menyala pada zaman Yunani,

---

<sup>12</sup>Mirza Yuniar Isnaen, "Pengaruh Signal dan Connection Internet Banking di Indonesia", *Jurnal UNISBA* Vol 1 Juni 2021. Hlm.02

yang menhandalkan kekuatan penglihatan. Setiap bendera semaphore yang dikibarkan terdapat kombinasi huruf-huruf latin hanya saja saat itu pemakaian bendera semaphore terkendala oleh jarak, semakin menjauh maka semakin kecil penglihatan bendera semaphore tersebut.

Secara alamiah karena ada sejumlah oesan terbatas yang digunakan, tidak demikian halnya setelah Aleksander Graham Bell memperkenalkan telephone pada tahun 1876. Telephone adalah bentuk komunikasi analog. Pesan yang disampaikan mampu tidak terbatas , karena secara langsung diucapkan melalui mulut manusia . setelah penemuan ini, bentuk analog mulai menggantikan system digital yang telah ada. Bahkan Westwrn Union Telegrap Company, perusahaan terbesar saat itu yang bergerak dibidang telegraph, mulai pindah ke bisnis telephone.<sup>13</sup>

#### **b. Pengertian internet banking**

Pengertian internet banking adalah jasa yang memungkinkan nasabah bank melaksanakan transaksi perbankan dengan internet. Internet banking lebih mudah dibandingkan jenis pelayanan counter krena tidak mengetahui Batasan waktu dan tempat<sup>14</sup>.

Di tekankan ke layanan perbankan yang mampu di akses dari jauh terkusus melalui koneksi internet dan pertumbuhan tekhnologi internet diperkirakan akan merubah wajah system keuangan yang

---

<sup>13</sup> Wahyu Rizkianti, *Sistem Digital*, dalam <http://mysistemdigital.blogspot.com> diakses pada 7 November 2021

<sup>14</sup> Ronny, "Enam Kekuatan Layanan Jasa Internet Banking Tinjauan Presepsi Nasabah". *Jurnal Ekonomi*, Vol 3 No 2 September 2017. Halaman 87.

dulunya menepatkan bank sebagai mediator transaksi perdagangan dan berhubungan dari globalisasi pemanfaatan teknologi internet akan berperan sebagai gateway bagi setiap pelaku bisnis untuk membangun kapasitas jaringan online. Dan dipandang sebagai media yang efisien sehingga perbankan Syariah akan mempunyai keamanan dalam komoditas pelayanan yang berupa kemudahan dan kesederhanaan karena memiliki kesamaan dalam jangkauan jam beroperasi dan jenis pelayanan.<sup>15</sup>

Sejak layanan perbankan online dilakukan oleh Stanfod Federal Credit pada tahun 1994, secara online perbankan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia. Internet banking sudah berkembang dan di terapkan di Indonesia pada tahun 1998 oleh BII dan mobile banking diterapkan oleh BCA pada tahun 2001, mobile banking islami di terapkan oleh BCA Syariah pada tahun 2014 dan diikuti oleh bank lain. Transaksi menggunakan digital perbankan semakin massif setelah pertumbuhan Start-Up Business di tahun 2010 dan terus berkembang hingga sekarang. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen dan tren bisnis pesaing jadi faktor pendorong bagi bank untuk terus berinovasi, khususnya bank Syariah yang memiliki dua aturan dalam menjalankan bisnisnya (hukum islam dan peraturan pemerintah)

Pada decade berikutnya, pada tahun 2010-an dan seterusnya perbankan digital memanfaatkannya menjadi salah satu poin penting

---

<sup>15</sup> Wahyuni Rizkianti, *Sistem Digital*, dalam <http://mysistemdigital.com> diakses pada 21 oktober 2021

yang membuat bank bisa bertahan dalam krisis ekonomi kedua. Fase ini mendorong bank untuk berinvestasi lebih banyak dalam proyek digital, menciptakan gelombang kedua digitalisasi di Indonesia. Beberapa bank mulai menggunakan berbagai platform media social untuk menyampaikan, memperkenalkan dan mensosialisasikan berbagai fitur produk yang bermanfaat bagi pelanggannya seperti, membuka saluran layanan pengaduan pelanggaran dan membuat layanan yang lebih interaktif agar pelanggan bisa merasa terhormati. Strategi ini menghilangkan paradigma bahwa layanan perbankan hanya diakses melalui konvensional ranting. Tuntutan digitalisasi perbankan juga diperkuat dengan penegasan bisnis kepemilikan yang saat ini di dominasi oleh generasi milenial yang lebih memilih kenyamanan transaksi online dan seluler.

Sering berjalannya perkembangan teknologi, digital banking mulai mewarnai setiap aktivitas keuangan nasabah. Kemudian yang membuat nasabah merasa diuntungkan. Namun sayangnya, hanya Sebagian masyarakat Indonesia yang bisa merasakan layanan perbankan ini. Berdasarkan sata dari lembaga keuangan dunia menyatakan hanya 54% dari masyarakat Indonesia yang tersentuh layanan perbankan. Generasi milenial sekarang berfikir bahwa ATM, mobile banking, internet banking, sms banking dan yang lainnya adalah hal yang sudah biasa, atau hal yang mainstream. Sekarang masyarakat berfikir, bagaimana masyarakat ingin membuka rekening, menabung serta mengajukan kredit atau

pinjaman dan layanan perbankan lainnya tanpa harus menghadirkan diri secara fisik atau datang langsung ke bank yang bersangkutan. Hal ini lah yang ditangkap sebagai potensi, kesempatan oleh bank, untuk meningkatkan minat calon nasabah dengan memberikan layanan yang mereka inginkan sehingga akan loyal terhadap bank.<sup>16</sup>

### c. Tujuan Internet Banking

Tujuan digital banking adalah untuk media digital digunakan oleh bank untuk beberapa tujuan, baik pihak bank maupun nasabah yaitu<sup>17</sup>

#### 1. Digital banking bagi bank

- a) Memamparkan produk serta jasa seperti pemberian dan kartu kredit
- b) Mengadakan informasi mengenai suku bunga serta kuis mata uang asing yang actual
- c) Menunjukkan laporan tahunan porganisasi yaitu perkiraan usaha
- d) Menyediakan berita ekonomi serta usaha yaitu perkiraan usaha
- e) Memberikan daftar posisi kantor bank tersebut serta posisi ATM

---

<sup>16</sup>Rika Mawarni, "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19" (Lampung: *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol 9 2 July 2021)

<sup>17</sup>Yuslia Naili Rahma, *Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Bagi Nasabah Pengguna Internet Banking di Yogyakarta*, 2019 h 25.

- f) Memberikan daftar pekerjaan yang membutuhkan tenaga baru
  - g) Mengalokasikan tulisan mengenai bank
  - h) Menyediakan informasi mengenai sejarah bank dan peristiwa terbaru
  - i) Memberikan jasa untuk nasabah guna memeriksa neraca tabungan serta memindahkan modal antar tabungan
  - j) Menyediakan algoritma yang sederhana sehingga nasabah dapat membuat perhitungan untuk pinjaman, perubahan atau pengurangan pembayaran, hipotik dan lain sebagainya
2. Digital banking bagi nasabah
- a) Memudahkan nasabah dalam bertransaksi perbankan, sebab dengan internet banking akses perbankan dapat dilakukan di computer pribadi nasabah bahkan tanpa harus ke kantor cabang
  - b) Mempercepat kegiatan transaksi perbankan dengan modal handphone sendiri, nasabah dapat mengakses transaksi dengan sekali klik tanpa membuang waktu ke kantor cabang
  - c) Menghemat biaya seperti ongkos perjalanan ke kantor cabang

Adapun bentuk-bentuk internet banking yaitu :

- a) *Automated Teller Machine* (ATM)

Terminal elektronik yang disediakan lembaga keuangan dan organisasi lainnya yang mempersilahkan nasabah untuk

melakukan penarikan tunai dari rekening simpanannya di bank, melakukan setoran saldo, cek saldo.

*b) Computer Banking*

Layanan bank yang mampu diakses oleh nasabah melewati koneksi internet ke pusat data bank, menjadi melakukan beberapa koneksi perbankan, menerima serta membayar tagihan.

*c) Debit (or check) Card*

Kartu yang difungsikan pada ATM atau terminal point-of-sale (POS) yang memungkinkan pelanggan mendapatkan dana langsung dari pengambilannya oleh rekening biaya

*d) Direct Deposit*

Salah satu pembayaran yang dilakukan oleh organisasi (misalnya pemberi kerja atau instansi pemerintah) yang memberikan sejumlah dana (misalnya gaji atau pensiunan) melalui elektronik dana ditransfer langsung ke setiap rekening nasabah.

**d. Sistem Keamanan Internet Banking**

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan asset informasi terhadap risiko yang mungkin muncul, sehingga keamanan tidak langsung dapat menjamin kuantitas bisnis, mengurangi risiko-risiko terjadi, ada dua jenis sistem keamanan internet banking yaitu<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Yuslia Naili Rahama, *Pengaruh Penggunaan Internet Banking* (Yogyakarta 2018) halaman 23

### 1) Sistem *Cryptograpy*

System ini mempengaruhi angka-angka yang diketahui dengan kunci (key). System ini disebut dengan system sandi. Ada dua tipe *cryptograpy* yaitu simetris dan asimetris. Pada system simetris ini menggunakan kode kunci yang sama bagi penerima dan pengirim pesan, kelemahannya adalah kunci ini dikirim dari pihak penerima dan hal ini memungkinkan seseorang untuk mengganggu ditengah jalan dan sistem asimetris kelemahannya adalah kuantitas kecepatan transmisi data menjadi berkurang sebab adanya lanjutan kode. Metode ini kebanyakan dibuat untuk menandai nasabah serta melindungi informasi keuangan nasabah.

### 2) System *firewall*

*Firewall* adalah benteng yang digunakan untuk menahan pihak-pihak yang tidak disetujui untuk memasuki wilayah yang dilindungi dalam unit induk aktivitas industry dengan menghalangi pihak-pihak yang berusaha masuk tanpa ijin dengan cara melipatgandakan dan mempersulit hambatan yang ada. Perlu diperhatikan bahwa firewall ini tidak dapat menghalangi masuknya virus gangguan yang bersumber dari dalam perusahaan itu sendiri.

## e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Banking

### 1) Kenyamanan

Kenyamanan berguna untuk nasabah merasa bahwa internet banking itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat dengan akses yang canggih mempermudah kenyamanan agar nasabah bisa menggunakan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun

2) Kemampuan mengakses

Kemampuan mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan.

3) Ketersediaan Fitur

Alasan keberhasilan e-banking yaitu mempunyai inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah melalui ketersediaan fitur yang baru kepada nasabah di website untuk menggunakan internet banking.

4) Privasi

Kerahasiaan, yang merupakan segala hal yang berhubungan dengan informasi pribadi pengguna agar terlindung kerahasiaannya

5) Kecepatan

Mempermudah nasabah mengunkaan transaksi dan memberikan informs dengan cepat untuk nasbah yang menginginkan.

6) Tarif dan biaya

Internet banking memudahkan para nasbah untuk mengakses akun bank mereka, biaya service murah dan pengehmat waktu.

7) Manajemen Citra Bank

Reputasi atau yang dikenal Brand Reputasion sering diartikan sebagai presepsi kapasitas yang dibagungkan dengan nama. Pada bisnis industry dan jasa (merk) sering sekali dihubungkan dengan reputasi perusahaan dari pada dengan produk atau jasa, karena itulah salah satu rekomendasi nasabah dalam menabung dan memakai jasa bank adalah reputasi bank tersebut dimata nasabah, karena kepercayaan adalah salah satu faktor utama bagi nasabah untuk mempercayakan dananya di investasikan.

8) Desain

Merupakan tampilan dari internet banking semkain besar tingkat komunikasi yang dimunculkan suatu website maka pengaruhnya semkain besar pada nasabah untuk melakukan transaksi online.

9) Konten

Konten merupakan kemampuan internet banking untuk menyediakan informasi yang terbaru dengan produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan.

**f. Produk dan Jasa Internet Banking**

1) Informasi Saldo

2) Pembukaan Rekening

3) Tranfer

Tranfer dengan memanfaatkan jasa internet banking adalah cara yang paling evisien dan murah karena nasabah dapat melakukannya dimana saja tanapa dibatasi oleh waktu.

## 4) Payment Gateway

Merupakan fasilitas jasa pembayaran internet banking (pembayaran telephone, air PAM dan listrik) yang disediakan oleh bank sehingga dapat melakukan pembayaran langsung melalui internet.

## 5) Kliring

## 6) Trade Service and Fianace

## 7) Penutupan Rekening

**g. Prefpektif Syariah Tentang Uang Elektronik**

Menurut fatwa nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 uang elektronik Syariah merupakan uang elektronik yang sesuai pada prinsip-prinsip Syariah. Pengertian uang elektronik Syariah tidak jauh dengan penertian uang elektronik konvensional akan tetapi pada praktik serta akadnya berbeda dan tentunya konvensional terbebas dari hal yang diharamkan agama<sup>19</sup>.

Dalam perspektif Syariah hukum uang elektronik adalah halal, kehalalan berdasarkan aturan, setiap transaksi dengan muamalah pada hukumnya dibolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya, maka saat itu hukumnya menjadi haram, maka dari itu uang elektronik harus menjalankan syarat dan kriteria sesuai dengan prinsip islam

Bank Syariah memiliki banyak kelebihan karena bukan hanya berdasarkan dengan Syariah semata sehingga transaksi dan

---

<sup>19</sup> Sahal Musaki. *Analisis Fatwa MUI No.116/Dsn-Mui/Ix/2017, Tentang Uang Elektronik Syariah Ditinjau Dari Perspektif Muqasid Asy-Syari*, Jakarta, hlmn 22.

aktivitasnya menjadi halal tetapi karena sifatnya terbuka serta tidak memprioritaskan untuk nasabah muslim juga sifatnya terbuka untuk nasabah non muslim juga, membuktikan bank Syariah tidak membedakan asal usul nasabah dan membuka peluang yang setara dengan semua nasabah.

## **2. Pendidikan**

### **a. Pendidikan di Indonesia**

Pendidikan sebagai suatu konsep sering diartikan dan dipandang masyarakat dalam pengertian yang kurang tepat bahkan dapat dikatakan salah, sehingga pemikiran masyarakat tentang pendidikan sama dengan pengajaran. Pengajaran sebagai arti kata mempunyai makna yang lebih sempit dibanding pengertian pendidikan<sup>20</sup>. Menurut ahli pendidikan Dewey konsep pendidikan mengandung pengertian sebagai suatu proses pengenalan, karena kehidupan adalah pertumbuhan, pendidikan berarti membantu pertumbuhan batin tanpa dibatasi usia. Proses pertumbuhan ialah proses penyesuaian tiap-tiap fase serta menambahkan kecakapan didalam perkembangan seseorang.<sup>21</sup>

Pemikiran ini menekankan bahwa kegiatan pendidikan pada hakikatnya adalah proses pengalaman, tetapi pengalaman ini harus mengarahkan kepada pertumbuhan batin, sehingga dengan pertumbuhan batin ini mereka dapat eksis di tengah-tengah lingkungannya dengan berbagai tantangan dan permasalahan yang dihadapi tanpa harus selalu

---

<sup>20</sup>Ikhsan, *Dasar-Dasar Kependidikan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2005), Hlm. 12

<sup>21</sup>Suriansyah, *Landasan Pendidikan*, (Banjarmasin: Comdes, 2011), hlm. 6

tergantung pada orang lain, pandangan tentang pendidikan jelas menekankan bahwa pengalaman menjadi dasar dalam pembentukan dan upaya memacu pertumbuhan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan masing-masing dan pada dasarnya memiliki arah pandangan yang tidak berbeda tentang apa yang ingin di capai pada proses pendidikan yaitu kemandirian peserta didik<sup>22</sup>. Kemandirian dalam arti hidup layak ditengah-tengah masyarakat lingkungannya tanpa harus tergantung pada orang lain.

#### **b. Ruang Lingkup Pendidikan**

Ruang Lingkup Pendidikan mencakup beberapa aspek yang bisa memperluas tentang pemikiran dan cara pandang masyarakat tentang pendidikan yaitu pendidikan formal, nonformal dan informal yang saling melengkapi dan di uraikan sebagai berikut :<sup>23</sup>

##### **a. Pendidikan formal**

pendidikan yang mempunyai bentuk pendidikan yang terstruktur dari sekolah dasar sampai universitas yang meliputi pendidikan dasar, pendidikan menengah pertama sampai atas dan perguruan tinggi

##### **b. Pendidikan nonformal**

Pendidikan yang meliputi berbagai usaha khusus yang diselenggarakan secara terorganisasi agar masyarakat yang berkesempatan mengikuti pendidikan sekolah dapat memiliki

---

<sup>22</sup>Umar Tirta Rahardja dan La Sulo, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: DEPDIBUD, 1994), Halaman. 12

<sup>23</sup>Uyoh Sadulloh, *Pengantar Filsafat Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 40

pengetahuan dan keterampilan dasar yang yang dibutuhkan sebagai masyarakat produktif. Pendidikan nonformal meliputi pendidikan anak usia dini, pendidikan keterampilan, pendidikan pemberdayaan tenaga kerja dan pelatihan kerja yang bertujuan untuk mengembangkan potensi.

c. Pendidikan informal

Pendidikan yang diperoleh dari lingkungan keluarga, dilakukan secara mandiri, pendidikan informal sangat dibutuhkan dalam membentuk karakter dan kepribadian seseorang serta pengaruh orang tua dan lingkungan akan memnetukan sikap dan nilai yang aka dijadikan pedoman hidupnya contohnya etika sopan santun, moral dan budi pakerti.

### **3. Pengetahuan Atribut Produk**

#### **a. Pengukuran Pengetahuan Atribut Produk**

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dalam wawancara atau angett yang menyatakan tentang isi materi yang ingin dikukur dari subjek penelitian atau responden. Pengetahaun dibedakan menjadi tiga yaitu.<sup>24</sup>

a) Pengetahuan factual

Berisi kesepakatan dari elmen-elemen dasar berupa istilah atau symbol (notasi) dalam rangka memperlancar pembicaraan dalam suatu bidang disiplin ilmu dan mata pelajaran. Pengetahaun factual

---

<sup>24</sup> Umar Tirta Rahardja dan La Sulo, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: DEPDIKBUD, 1994), Hlm. 30

meliputi aspek-aspek pengetahuan istilah, pengetahuan kasus dan pengetahuan yang berhubungan dengan peristiwa, lokasi, orang, tanggal sumber informasi dan sebagainya.

b) Pengetahuan konseptual

Memuat ide atau gagasan dalam suatu disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengklarifikasi sesuatu objek itu contoh atau bukan contoh, serta konseptual meliputi konsep kaidah hukum dan rumus yang selalu terstruktur dengan baik. Pengetahuan konseptual meliputi pengetahuan klarifikasi dan kategori pengetahuan dasar dan umum, pengetahuan terori, model dan struktur.

c) Pengetahaun procedural

Tentang bagaimana urutan Langkah-langkah dalam melakukan sesuatu yang meliputi pengetahaun dari umum ke khusus dan alogaritma, pengetahuan metode dan Teknik khusus dan pengetahaun kriteria untuk penggunaan prosedur yang tepat.

**b. Indikaor Pengetahuan**

Menurut Philp khloter pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk, infomasi yang dimiliki masyarakat mengenai

produk akan mempengaruhi perilaku dalam pemelian produk, ada empat jenis pengetahuan produk yaitu : <sup>25</sup>

a) Pengetahaun tentang karakteristik atau atribut produk

Seorang nasabah akan melihat suatu produk berdasarkan pada karateristik atau ciri produk tersebut, bagi seorang nasabah bila ingin menginvestasikan uangnya baik dalam bentuk deposito maupun tabungan maka nasabah harus mengetahui jenis invesntasi, lama investasi, nisbah, bonus dan sebagainya

b) Pengetahuan tentang manfaat produk

Nasabah akan menabung dan menginvestasikan dananya di bank Syariah, karena ia telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan zhalim.

c) Pengetahuan tentang kepuasan produk

Jika suatu produk tersebut telah digunakan oleh konsumen, agar produk tersebut memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi lepada konsumen, maka konsumen harus menggunakan produk tersebut dengan benar.

d) Pengetahuan tentang konsep dasar bank Syariah

Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri

---

<sup>25</sup> Maskur Rasyid, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru", *Jurnal Islamomic* Vol 7 No, 2 Agustus 2016

yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan.

**c. Unsur-unsur atribut produk**

Menurut Teguh Budiarto dalam bukunya mengatakan bahwa atribut-atribut produk adalah segala sesuatu yang melengkapi suatu produk dan jasa sehingga mampu lebih memuaskan konsumen. Atribut yang dimiliki oleh sebuah produk harus berbeda dengan produk lain agar konsumen dapat membedakan produk kita dan pesaing. Unsur-unsur atribut produk tersebut harus mampu untuk menjadi suatu faktor yang dianggap penting oleh konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Unsur-unsur atribut produk, Kotler dan Armstrong mengelompokkan atribut produk pada tiga unsur penting yaitu :<sup>26</sup>

**a. Kualitas produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas dipandang mempunyai peranan yang sangat penting dari segi konsumen maupun produsen, dengan semakin meningkatnya kualitas suatu produk maka akan semakin meningkat kepuasan terhadap suatu barang yang ditawarkan produsen. Bagi produsen semakin meningkatnya kualitas suatu produk yang dihasilkan berarti mendapat peningkatan pangsa pasar, peningkatan kemampuan dan keuntungan laba.

**b. Fitur Produk**

---

<sup>26</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), h 7

Fitur produk adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Untuk dapat mengetahui apa yang sedang digemari dan dibutuhkan pelanggan perusahaan hendaknya melakukan survei secara berkala dengan mencari tentang tingkatan kesukaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

c. Desain Produk

Cara lain untuk menambah nilai bagi pelanggan adalah rancangan produk yang berbeda. Atribut yang berupa fitur produk yang dimiliki oleh bank Syariah, diadopsi dari hasil penelitian Iqbal berupa prinsip-prinsip dasar system keuangan islam yang berasal dari Al-Quran dan As-Sunnah.

Prinsip-prinsip dasar tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut

a) Penghematan Bunga

Islam menghalalkan laba jual beli dan mengharamkan bunga.

Islam juga mengajarkan berbagai keuntungan serta kerugian dengan cara yang adil.

b) Pembagian Risiko

Pemebri dana dan pengelola dana menerima imbalan saham dari keuntungan dan juga risiko

c) Uang sebagai modal potensial

Uang diperlukan sebagai modal potensial hanya pada saat modal actual yang diguakan untuk aktivitas produktif

d) Kehalalan kontrak

Islam menjunjung tinggi nilai kewajiban kontrak dan pengungkapan informasi sebagai bentuk ibadah

e) Kegiatan sesuai Syariah

Hanya kegiatan usaha yang tidak melanggar aturan Syariah yang memenuhi syarat untuk investasi.

Prinsip-prinsip dasar dalam sistem keuangan Islam yang dikemukakan oleh Iqbal, dalam penelitian ini dijadikan sebagai atribut produk khas yang seharusnya ada pada produk bank syariah, diantaranya, (1) tidak ada unsur riba, (2) menggunakan sistem bagi hasil, (3) tidak ada unsur ketidakpastian / gharar, (4) tidak ada unsur judi / maysir, (5) digunakan untuk investasi yang halal. Atribut-atribut produk khas tersebut yang menjadi alasan pokok para nasabah yang beragama Islam memilih menggunakan bank syariah dan menjadi indikator penilaian bagi nasabah.

Jika atribut-atribut khas tersebut melekat pada bank umum syariah dan dirasakan manfaatnya oleh nasabah maka nasabah akan memberikan penilaian positif atas atribut produk islam tersebut

**d. Produk-Produk Perbankan Syariah**

Produk bank merupakan jasa, kemudian jasa ditawarkan dalam bentuk beraneka ragam. Dalam praktik sehari-hari berbagai jenis jasa bank yang ditawarkan pada masyarakat. Kelengkapan jenis produk

yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri, misalnya :

a) Produk pengimpun dana (funding)<sup>27</sup>

1) Tabungan

Menurut Undang-Undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat yang lainnya yang dipersamakan dengan itu.

2) Deposito

Menurut Undang-undang RI no 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syari'ah dan atau Unit Usaha Syari'ah (UUS).

3) Giro

Giro Undang-Undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip

---

<sup>27</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta, Kencana, 2005), h. 139

syari'ah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyat giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan

b) Produk penyaluran dana <sup>28</sup>

1) Penyaluran dana murabahah

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba/keuntungan dalam jumlah tertentu

2) Salam

Salam adalah penjualan suatu barang yang disebutkan sifat-sifatnya sebagai persyaratan jual beli dan barang tersebut masih dalam tanggungan penjual, dimana syarat-syarat tersebut diantaranya adalah mendahulukan pembayaran pada saat akad disepakati.

3) Istishna

Istishna' sama dengan Salam yaitu dari segi obyek pesannya yaitu harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya, Salam pembayarannya dilakukan sebelum barang diterima dan Istishna' bisa di awal, di tengah atau di akhir pesanan.

---

<sup>28</sup>Muhammad, *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), halaman. 103.

4) Penyaluran dana mudharabah

Akad Mudharabah akad kerja sama antara bank selaku pemilik dana (shahibul maal) dengan Nasabah selaku Mudharib yang mempunyai keahlian atau ketrampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal.

5) Penyaluran dana musyarakah

Musyarakah merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana/ modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan

6) Penyaluran dana dengan prinsip Al-Ijarah

Al-Ijarah disebut akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Tujuan ini memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan manfaat atas barang atau jasa dengan pembayar tanggung

7) Penyaluran dana pinjaman (Al-Qardh)

Qardh merupakan kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pinjaman tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dengan jangka waktu tertentu. Pinjaman ini biasanya diberikan oleh bank kepada nasabahnya sebagai fasilitas pinjaman talangan pada saat nasabah mengalami over draft.

Fasilitas ini dapat merupakan bagian dari satu paket pembiayaan lain, untuk memudahkan nasabah untuk bertransaksi

8) Qordul hasan

Qordhul Hasan adalah kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pinjaman kebajikan tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Tujuannya untuk penyaluran dana untuk kaum Dhuafa, sedangkan sumber dana berasal dari modal, infaq, shodaqoh, denda dan sumbangan

**e. Faktor yang mempengaruhi timbulnya minat**

a) Faktor dorongan dari dalam

Mengaruh pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu. Faktor ini berhubungan dengan dorongan fisik, motif mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit serta dorongan rasa ingin tahu.

b) Faktor motif social

Mengaruh pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan social, seperti bekerja, mendapatkan status, perhatian dan harapan

c) Faktor emosional

Mengarah pada minat yang berhubungan dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat

akan membawa perasaan senang dan memperkuat minat yang ada. Sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

Dari macam-macam minat yang ada di atas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung cara berfikir atau sudut pandang orang tersebut, minat manusia satu dengan yang lain pasti berbeda dan dengan pengembangan yang tepat maka minat yang kita punya akan bisa bermanfaat bagi lingkungan kita dan bisa juga minat kita adalah salah satu sumber yang perlu kita banggakan. Dengan minat kultural kita juga bisa mengembangkan minat kita untuk mewujudkan impian kita terhadap sesuatu yang ingin kita capai.

Macam minat berdasarkan arahnya ada dua, yaitu minat intrinsik adalah minat yang langsung timbul ketika melihat suatu kegiatan. Yang kedua minat ekstrinsik adalah minat tujuan akhir dari kegiatan maksudnya segala sesuatu kegiatan pasti ada suatu tujuan tertentu, jadi minat timbul dari tujuan kegiatan itu sendiri. Macam minat berdasarkan mengungkapkannya ada empat, yang pertama ekspres imperest maksudnya seseorang butuh penjelasan subyek dari pihak kegiatan tersebut. jadi dari penjelasan itu dapat diketahui seseorang itu berminat dalam kegiatan tersebut. yang kedua manifest interest maksudnya minat seseorang dapat diketahui jika melihat secara langsung kegiatan tersebut.

#### **f. Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat.<sup>29</sup>

- a) Dorongan dalam diri, biasanya rasa ingin tahu terhadap sesuatu, rasa ingin tahu yang tinggi bisa melakukan seseorang untuk mencoba minat yang baru untuk menambah pengalaman diri mereka.
- b) Motif social, minat untuk melakukan aktivitas tertentu yaitu dengan bertujuan untuk memperluas minat yang ingin dia lakukan di masyarakat.
- c) Faktor emosional yang berhubungan dengan emosi seseorang yaitu suatu minat yang harus dilakukan dengan rasa emosi yang tinggi untuk mendapat sesuatu yang layak untuk dimiliki.

#### **g. Minat dalam Penggunaan Teknologi**

Minat dapat diukur melalui faktor diantaranya kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan, indikator tersebut dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan jasa teknologi atau internet banking

Menurut Nur Sofi minat nasabah terhadap teknologi dipengaruhi dua maca, shared value dan communication, yaitu

- a) Shared Value ( nilai lebih) secara umum menyatakan bahwa perilaku konsumen pada lebih di pengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai suatu hasil yang di inginkan, pemilihan tersebut karena konsumen mengharapakan akibat positif atas pilihannya

---

<sup>29</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhbid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 264.

b) Communication (komunikasi) proses penyampaian informasi atau pesan produk teknologi, semakin tinggi informasi disampaikan maka akan besar juga pengaruh yang akan diterima<sup>30</sup>

a. Aspek Minat

Setelah muncul timbulnya minat maka akan muncul aspek, yaitu<sup>31</sup>

- i. Ketertarikan (interest) karena ada pemusatan atau perasaan senang
- ii. Keinginan (Desire) adanya dorongan untuk memiliki keyakinan
- iii. Conviction keyakinan karena adanya kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang digunakan.

Minat pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan mengatur dan mencapai manfaat yang efektif, oleh karena itu perusahaan dapat mengambil macam pemanfaatan teknologi sesuai dengan basis bisnis yang akan di kembangkan, dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk internet banking. Perbankan harus lebih kreatif dan inovatif agar mempunyai nilai di produk tersebut. Serta adanya nilai daya tarik dari produk agar minat dari nasabah lebih dan mempunyai harapan tinggi untuk mengguakannya.

## **B. Kajian Peneliti Terdahulu**

Penelitian Abhimantra, yang memiliki tujuan untuk melihat faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam

---

<sup>30</sup> Nur Shofiana, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet Banking di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang*, (Skripsi: IAIN Walisongo, Semarang) hlm 22

<sup>31</sup> Swasta dan Irwan, *Perilaku Konsumen*, (Bandung, Alfabet 2001) halaman 95

memilih menabung pada Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dan metode pengambilan sampel menggunakan quotasampling, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dihasilkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah<sup>32</sup>. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu sampel yang digunakan adalah mahasiswa di Universitas Gunadarma, menggunakan 39 responden.

Penelitian Yuliawan, memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan konsumen tentang Bank Syariah akan memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling, dan alat uji yang digunakan yaitu metode regresi sederhana.<sup>33</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44,8%, sedangkan sisanya 55,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti. Perbedaan penelitian ini adalah terdapat pada sampel yang digunakan yaitu nasabah dana pihak ketiga PT Bank Jabar Syariah cabang Bandung. menggunakan 101 responden.

---

<sup>32</sup> Abhimantra. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah", *Jurnal Proceeding Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil*. Vol 7 No.3, 2015

<sup>33</sup> Yuliawan. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Cabang Bandung", *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol 3, No.1, 2016

Penelitian Bawono yang memiliki tujuan untuk menganalisis pemahaman, produk, dan tingkat religiusitas terhadap putusan mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner, data diolah dengan menggunakan uji reliabilitas, validitas, statistik dan uji asumsi klasik. Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan hanya variabel produk saja, sedangkan variabel pemahaman Bank Syariah dan tingkat religiusitas mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan.<sup>34</sup> Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada Sampel yang digunakan adalah mahasiswa IAIN Salatiga, menggunakan 100 responden.

Penelitian Desiana, yang memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan Perbankan Syariah di Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel pengetahuan agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Perbankan Syariah di Tasikmalaya.<sup>35</sup> Perbedaan dengan penelitian ini yaitu sampel yang digunakan yaitu 100 nasabah.

Penelitian Hasanah, memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh mahasiswa secara parsial dan simultan tingkat religiusitas,

---

<sup>34</sup> Bawono. "Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga". *Jurnal Muqtasid*, Vol 3, No.2 2018

<sup>35</sup> Desiana. "Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya". *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vo, 6, No.1 2016

pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) pada Bank Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linier berganda dengan 99 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,602 > 1,985$ ) sehingga tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa<sup>36</sup>. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada sampel yang digunakan.

Penelitian Nurul, memiliki tujuan untuk menganalisis keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang didukung uji tasioneritas dan uji asumsi klasik dibantu dengan software Eviews versi 8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada sampel yang digunakan.<sup>37</sup>

Penelitian Sufitrayati, yang memiliki tujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan hasil bahwa faktor pribadi (pengetahuan) berpengaruh positif dan signifikan

---

<sup>36</sup> Hasanah. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah*. Skripsi (Palembang : Universitas Negeri Muhammadiyah Palembang, 2017)

<sup>37</sup> Nurul 2017. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani". *Jurnal Attawassuth*. Vol 2, No , 2018

terhadap keputusannasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh.<sup>38</sup>Perbedaandengan penelitian ini terdapat pada sampel dan variabel yang digunakan yaitu100 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Vitri yang berjudul pengaruh risiko, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di Pekan baru. Penelitian in bertujuan untuk menganalisis pengaruh risiko, manfaat dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variable independennya memiliki hubungan positif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking.<sup>39</sup>

Dari delapan penelitian terdahulu diatas, dapat diketahui persamaan danperbedaannya dengan penelitian ini. Diantara persamaannya adalah samasama membahas mengenai keputusan masyarakat dan mahasiswa dalam menggunakan jasaBank Syariah. Penelitian-penelitian yang telah dipaparkan di atas tidak samapersis dengan penelitian ini karena variabel bebas (independen) yangdigunakan pada penelitian ini ada yang berbeda dengan penelitian terdahulu.Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud mengkaji secara khusus mengenaibagaimana pengaruh variabel pengetahuan, variabel minat, variable produk dan variabel digitalisasi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa Bank Syariah.

---

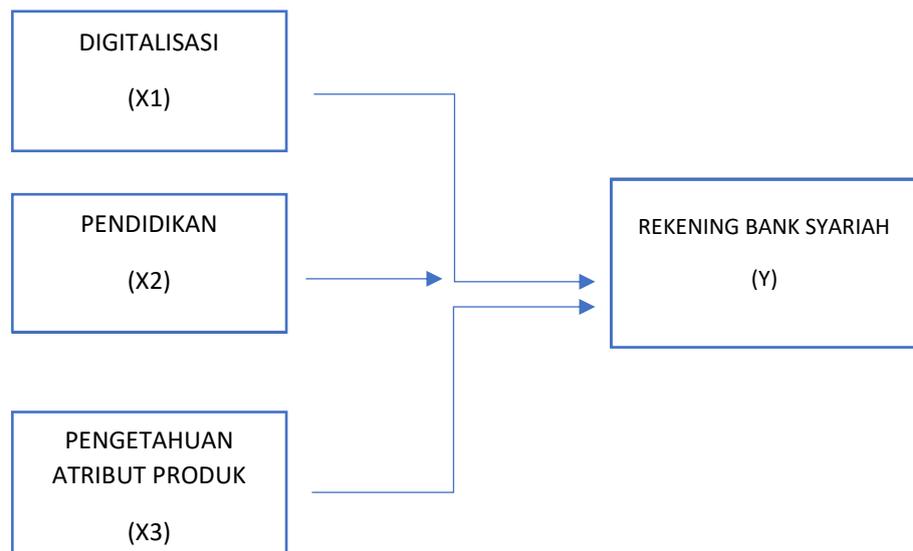
<sup>38</sup> Sufitrayati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh". *Jurnal ihtiyath*. Vol 3, No 1 hlm 15

<sup>39</sup> Dwika Lodia Putri dan Sovya Putri, "Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Jasa Menggunakan Internet Banking Di Pekanbaru", *Jurnal Irkratih Ekonomika*, Vol2 No 2, hlm 27

### C. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1

#### Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual yang telah tertera diatas, maka variabel independen (bebas) berpengaruh atas variabel dependen. Variabel independen pada kerangka konseptual diatas yaitu Digitalisasi (X1), Pendidikan (X2), dan Pengetahuan Atribut Produk (X3), berpengaruh pada minat mahasiswa rekening bank Syariah (Y) sebagai variabel dependen.

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan penjelasan sementara mengenai perilaku, keadaan tertentu atau fenomena, yang akan atau telah terjadi. Hipotesis penelitian merupakan pernyataan peneliti mengenai hubungan antar variabel

penelitian dan merupakan pernyataan paling spesifik.<sup>40</sup> Hipotesis yaitu dugaan yang mana bersifat sementara dan masih lemah belum mempunyai bukti, maka dari itu latar belakang, rumusan masalah dan landasan teori dapat dirumuskan dalam penelitian ini yang mana selanjutnya akan diuji dalam hipotesis seperti berikut.

1. H<sub>0</sub> : Digitalisasi tidak memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah.

H<sub>1</sub> : Digitalisasi memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah.

2. H<sub>0</sub> : Pendidikan tidak memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah

H<sub>1</sub> : Pendidikan memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah.

3. H<sub>0</sub> : Pengetahuan Atribut Produk tidak memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah

H<sub>1</sub> : Pengetahuan Atribut Produk memberikan pengaruh besar terhadap minat mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap pembukaan rekening bank Syariah.

---

<sup>40</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Erlangga, 2003), Hlm. 48.