

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*). Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

³Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank Syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat diperbankan Syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam Syariah islam.

³ Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta. Prenadamedia Group. Hal. 25-26

Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank Syariah dan unit usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum Syariah (BUS), unit usaha Syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat Syariah (BPRS).

Bank umum Syariah adalah bank Syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum Syariah antara lain bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah.

2. Landasan Hukum Bank Syariah

Dalam Al-Quran tidak ada ketentuan yang spesifik mengenai pendirian bank syariah namun dapat diketahui melalui landasan hukum dari prinsip tolong menolong/ kerja sama serta ayat yang berkaitan dengan riba yang dalam prakteknya yang sangat berkaitan erat dengan operasional bank syariah itu sendiri. Beberapa ayat yang mengandung atau berkaitan dengan praktik perbankan syariah sebagai berikut:

- a. Q.S Al-Maidah [5] : 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعْرَةَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْإِيرِ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar Allah, dan janganlah melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan pula mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridhoan dari Tuhanya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka boleh berburu...” (Q.S Al-Maidah [5] : 2).

b. Q.S An-Nisa [4] : 160⁴

فَظَلَمَ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا ۗ حَرَمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّت لَّهُمْ وَبَصَدَّهُمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا

Artinya : “Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi manusia dari jalan Allah”. (Q.S. An-Nisa [4] : 160).

- c. ⁵Aspek-aspek Hukum yang diatur dalam hokum perbankan seperti:
- 1) Asas asas Hukum Perbankan sebagai nilai-nilai atau prinsip-prinsip dalam Perbankan;
 - 2) Kaidah-kaidah atau norma yang terdapat dalam Peraturan Perundang-undangan terkait dengan perbankan yang mengatur tentang:
 - a. Kegiatan operasional bank;
 - b. Kedudukan, Tugas dan Kewenangan Komisaris, Direksi dan jajaran dalam struktur perbankan;
 - c. Analisis dan Manajemen Risiko Perbankan
 - d. Penilaian tingkat kesehatan bank
 - e. Pengawasan internal dan eksternal perbankan
 - f. Tindak pidana dalam lingkup perbankan; dan
 - g. Penyelesaian sengketa.

⁴ Departemen Agama RI.2016.AL-Qur'an dan Terjemahannya. Hal.83

⁵ Muammar Arafat Yusmad.2018.Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik.Yogyakarta:CV Budi Utama Hal. 9-10

3. Tujuan Bank Syariah

Dibandingkan dengan Bank konvensional, Bank Syariah memiliki tujuan lebih luas daripada Bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak adanya unsur riba. Adapun tujuan bank syariah sebagai berikut :

- a. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
- b. Memberdayakan ekonomi masyarakat dan beroperasi secara transparan, artinya pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini terwujud apabila ada mekanisme operasi yang transparan.
- c. Memberikan return yang lebih baik, artinya investasi bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return yang diberikan kepada investor karena tergantung besarnya return. Apabila keuntungan lebih besar, investor akan ikut menikmatinya dalam jumlah lebih besar.
- d. Mendorong penurunan spekulasi dipasar keuangan, artinya bank syariah lebih mengarahkan dananya untuk transaksi produktif.
- e. Mendorong pemerataan pendapatan, artinya salah satu yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS). Peranan ZIS sendiri diantaranya untuk pemerataan pendapatan masyarakat.

- f. *Uswah hasanah* sebagai implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank

4. ⁶**Teori Prestasi Kerja**

Pada umumnya para ahli meninjau kinerja dari efisien dan semangat kerja. Baik mengenai cara-cara untuk memberi motivasi manusia dalam mencapai prestasi yang tinggi, factor-faktor yang mempengaruhi kinerja maupun penelitian untuk meniadakan pengaruh negative dari kinerja tenaga kerja.

Prestasi kerja adalah sesuatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Sedangkan factor prestasi kerja yang akan diteliti meliputi kualitas kerja, kuantitas kerja, kendalan dan sikap kerja. Jika seorang tenaga kerja mempunyai cara untuk mengukur kemajuan yang dilakukannya. Mereka menginginkan umpan balik meskipun mereka tidak mendapatkan hadiah untuk keberhasilan pekerjaan dan hukuman untuk kegagalan mereka.

5. ⁷**Perspektif Hukum Perbankan**

Arsitektur Perbankan Indonesia (API) merupakan suatu blueprint mengenai arah dan tatanan perbankan nasional ke depan. API juga sebagai policy direction dan policy recommendations untuk industry perbankan nasional dalam jangka panjang, dan banking architecture yang tidak hanya diperlukan bagi industri perbankan saja, tetapi juga sector

⁶ Dominikus Dolet Unaradjan. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Hal. 34

⁷ Khotibul Umam. 2018. *Corporate Action Pembentukan Bank Syariah* Yogyakarta. Gadjah Mada University Press. Hal. 93

keuangan keseluruhan untuk melihat gambaran atau peta perbankan di masa depan

Visi API adalah menciptakan kestabilan system keuangan dalam rangka membantu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program implementasi API terdiri atas enam unsur yang lebih dikenal dengan pilar API, yaitu: (1) struktur perbankan yang sehat, (2) pengaturan perbankan yang efektif (3) pengawasan bank yang independent dan efektif, (4) kualitas manajemen dan operasional perbankan, (5) infrastruktur pendukung, dan (6) perlindungan konsumen perbankan.

Salah satu penerapan pilar-pilar tersebut melalui kebijakan mengenai Kepemilikan Tunggal Perbankan yang disebut juga dengan Single Presence Policy (SPP) yang tertuang dalam PBI No. 8/16/PBI/2006 tentang Kepemilikan Tunggal Perbankan Indonesia. SPP merupakan salah satu rangkaian upaya Bank Indonesia dalam menegakkan Pilar 1 dan Pilar 3 API, yaitu penguatan struktur Perbankan dan Peningkatan Fungsi Pengawasan.

6. ⁸Akad-Akad Bank Syariah

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebersamaan menanggung risiko usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (shahibul mal) yang menyimpan uangnya di lembaga,

⁸ Nur wahid.2019.*Multi Akad Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta.CV Budi Utama. Hal. 45-73

lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha. Pengelolaan dana tersebut didasarkan pada akad-akad yang disesuaikan kaidah muamalat. Menurut *fiqh muamalat* membagi akad menjadi dua yaitu:

a. Akad *tabarru*, yaitu segala macam perjanjian yang menyangkut non-profit transaction. Transaksi ini dilakukan dengan tujuan tolong menolong dalam rangka berbuat kebaikan yang hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Contoh akad *tabaru* adalah sebagai berikut:

- 1) *Wadiah (Depositary)* adalah titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki.
- 2) *Kafalah (Guaranty)* adalah akad pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
- 3) *Wakalah (Deputyship)* adalah Akad pemberian kuasa (*muwakil*) kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan suatu tugas (*tuakil*) atas nama pemberi kuasa.
- 4) *Hiwalah (Transfer Service)* adalah Akad yang mengharuskan pemindahan utang dari yang bertanggung kepada penanggung jawab yang lain.

- 5) *Ar-Rahn (Mortgage)* Menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. *Al-Qardh (Soft and Benevolent Loan)*. Pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
 - 6) *Dhaman* Menggabungkan dua beban (*tanggungan*) untuk membayar utang, menggadaikan barang, atau menghadirkan orang pada tempat yang telah ditentukan.
- b. Akad tijaroh (*compensational contract*) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut profit *transaction*. Akad ini dilakukan dengan mencari keuntungan atau bersifat komersil, akad tijaroh antara lain sebagai berikut :
- 1) *Mudharabah* berasal dari kata *dharb* yang artinya memukul. Atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Secara teknis, *mudharabah* adalah sebuah akad kerja sama antara pihak dimana pihak pertama (*shahib al mal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.
 - 2) *Murabahah (Deferred Payment Sale)* Akad jual beli barang dengan harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Penjual harus memberitahu harga produk yang dia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.
 - 3) *Musyarakah (Partnership, Project Financing Participation)* Akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana

masing-masing pihak melakukan kontribusi dana (atau amal/expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

- 4) Salam (*In-front Payment Sale*) Pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.
- 5) Istishna (*Purchase by Order or Manufacture*) Pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
- 6) Ijarah (*Operational Lease*) Perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

⁹Untuk mempelajari produk-produk yang dihasilkan oleh perbankan Syariah kita tidak bisa lepas dari bank konvensional. Mengingat dalam praktiknya menunjukkan bahwa sebenarnya esensi produk yang ada hampir sama, yang membedakan adalah pada kontrapestasi yang disediakan bagi nasabah deposan atau dana yang ditarik oleh bank dari nasabah debitur. Dalam produk-produk perbankan Syariah kontrapestasi berupa bunga tidak

⁹ Abdul Ghofur Anshori.2018.*Perbankan Syariah Di Indonesia*.Yogyakarta:Gadjah Mada University Press. Hal. 77

ada dan digantikan dengan kontraprestasi berupa bagi hasil, margin,keuntungan,bonus, biaya sewa, biaya administrasi, dan fee, sedangkan dalam perbankan konvensional kontra prestasi yang ada berupa bunga atas simpanan dan kredit atau fee untuk produk jasa yang diberikan. Dengan demikian lingkup pendapatan yang diperoleh oleh bank Syariah lebih bervariasi, tanpa adanya undur bunga didalamnya.

B. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

¹⁰Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya

¹⁰ Komarudin.1994. *Kamus Perbankan*.(Jakarta Grafindo) Hal.94

mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.

2. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

¹¹Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan social ekonomi artinya seseorang mempunyai social ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi/kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.

¹¹ Slameto.2010.*Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. (Jakarta.PT Rineka Cipta). Hal. 100-101

- e. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

3. Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasratan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat dan kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”. Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat/minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan

diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan.

4. Cara Pembentukan Minat Nasabah

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- b. Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- c. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- d. Belajar dari pengalaman.

5. ¹²Contoh di Bank BRI Syariah

Adalah system pembayaran (bill payment) sekolahh atau universitas yang dibuatkan BRIS untuk memudahkan para siswa/mahasiswa untuk melakukan pembayaran biaya pendidikannya melalui layanan perbankan secara online.

Manfaat produk ini:

¹² Ahmad Ifham.2015.*Ini Lho Bank Syariah*.PT Gramedia Pustaka Utama Hal.371

a. Bagi Siswa/Mahasiswa

- 1) Dapat melakukan pembayaran Pendidikan kapan saja dan di mana saja.
- 2) Melakukan pembayaran Pendidikan secara mudah, aman, nyaman dan akurat.

b. Bagi Sekolah/Perguruan Tinggi

- 1) Memudahkan dalam mengadministrasikan pembayaran siswa/mahasiswa
- 2) Mendapatkan laporan pembayaran yang akurat dan tepat waktu
- 3) Aplikasi SPP BRIS dapat dengan mudah diintegrasikan dengan system yang sudah ada di sekolah/ perguruan tinggi

C. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari system atau teknologi karena individu yakin bahwa system atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan

kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

1. Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan

¹³Kemudahan penggunaan internet banking dimana tingkat seseorang meyakini bahwa penggunaan internet banking merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan internet banking dan kemudahan penggunaan system untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Beberapa indikator kemudahan penggunaan internet banking antara lain sangat mudah dipelajari, internet banking mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunaan dan ketrampilan pengguna bertambah dengan menggunakan internet banking. Kemudahan yang diberikan oleh internet banking menyebabkan nasabah berminat untuk menggunakannya.

Dibalik kemudahan penggunaan internet banking pasti ada risiko yang akan dialami penggunanya berupa tindak kejahatan di dunia maya atau biasa disebut Cyber Crime, sehingga diperlukan kehati hatian agar tercipta keamanan dan kenyamanan dalam transaksi internet banking. Di Indonesia sendiri banyak sekali penyimpangan karena penggunaan internet banking, sms banking, kartu kredit dan kartu debit yang rawan terhadap tindak

¹³ Ida Mentayani.2016. *Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.9.No.2. Hal.53*

criminal. Sedangkan kejahatan lainnya berupa online trading fiktif yaitu mencantumkan barang dagangnya dan ketika orang tertarik untuk membeli kemudian mentransfer uang ke nomor rekening penjual barangnya tidak terkirim. Adanya SMS palsu untuk mentransfer sejumlah uang, merupakan modus.

D. Persepsi Daya Guna

1. Pengertian Persepsi Daya Guna

Mendefinisikan Persepsi Daya Guna sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Daya Guna berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas system dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan system tersebut. Menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi.

Persepsi daya guna merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi daya guna sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya. Menurut Wibowo mengatakan bahwa persepsi daya guna didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Jika

seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas atau keragaman aplikasi yang dijalankan.

2. Dimensi Persepsi Daya Guna

Venkatesh membagi dimensi Persepsi Daya Guna menjadi berikut:

- a. Penggunaan system mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
- b. Penggunaan system mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan system bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).

Adamson dan Shine menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa Persepsi Daya Guna merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Daya Guna dengan penggunaan layanan *mobile banking*. Seperti pada penelitian Diah Wiliarni yang menyatakan bahwa Persepsi Daya Guna dan Keamanan dan Privasi

merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh besar daripada factor lainnya dalam penggunaan jasa *mobile banking*.

Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa Persepsi Daya Guna dalam *mobile banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *mobile banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *mobile banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *mobile banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan *mobile banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas kinerja serta *mobile banking* bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu Persepsi Daya Guna, *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap Penggunaan *mobile Banking* itusendiri.

E. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan salah satu fitur yang sangat menguntungkan dari internet banking. Nasabah yang memiliki banyak waktu dan sadar akan waktu luang, aspek kenyamanan penggunaan layanan internet banking akan semakin dihargai. Pengaruh kenyamanan terhadap adopsi internet banking ialah dapat memudahkan nasabah dalam melaksanakan transaksi menggunakan layanan perbankan kapanpun dan dimanapun. Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan yang interpersonal, internet banking memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan karena dengan menggunakan layanan internet

banking transaksi perbankan cukup dilakukan dengan mengakses situs website internet banking (dapat dilakukan dengan PDA, notebook, atau PC) hal ini akan menghemat nasabah, maka nasabah tidak perlu mengunjungi kantor cabang dan mengantri lama untuk melakukan transaksi perbankan. Apabila nasabah mempresepsikan bahwa sistem internet banking itu adalah nyaman, maka nasabah akan merasa puas terhadap jasa dengan adanya penyediaan internet banking, yang kemudian nasabah akan mengadopsi di masa yang akan datang.

Internet banking mengacu pada system yang memungkinkan nasabah bank untuk mendapatkan akses ke account mereka dan informasi umum mengenai produk dan jasa bank melalui penggunaan situs bank, tanpa intervensi atau ketidaknyamanan mengirim surat, faks, tanda tangan asli dan konfirmasi telepon. Bahwa internet banking adalah penggunaan fasilitas internet untuk layanan perbankan, yang meliputi layanan perbankan tradisional seperti membuka rekening deposit atau mentransfer dana antar rekening yang berbeda, dan pelayanan perbankan yang baru, seperti penyajian tagihan elektronik pembayaran.

F. Persepsi Kepercayaan

1. ¹⁴Definisi Persepsi Kepercayaan

Secara umum kepercayaan didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang membangun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi

¹⁴ Firda Rohmah Amelia. 2017. *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adaptasi Internet Banking Pada Bank*. Surabaya. Karya ilmiah. Hal. 42-45

niat atau perilaku lain Kassim and Abdullah. Menurut Kassim and Abdullah tersebut kepercayaan dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam proses pembangunan dan pemeliharaan hubungan, meskipun juga diakui sebagai sulit untuk mengelola. Ketika kepercayaan dikonseptualisasikan sebagai dimensi model penerimaan teknologi, kepercayaan bisa dianggap memiliki pengaruh yang mencolok pada kesiapan pengguna untuk terlibat dalam pertukaran uang secara online dan sensitifitas informasi pribadi. Sulit untuk membayangkan bahwa konsumen akan bertransaksi dengan ritel online tanpa menaruh kepercayaan dasar mereka kepada suatu vendor tertentu Chung and Shin.

Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan pada keinginan nasabah untuk terlibat dalam transaksi finansial secara online dan pemberian informasi yang bersifat rahasia (seperti kerahasiaan user id dan password, akun pribadi, dll). Seiringnya maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan mobile banking dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa pengguna system informasi itu aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian(*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak pada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indicator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Dalam hal penggunaan mobile banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari mobile banking. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan system informasi dari mobile banking. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksip perbankan.

2. Dimensi Persepsi Kepercayaan

Menekankan perlunya penyedia layanan online mengembangkan 3 dimensi kepercayaan secara komprehensif, yaitu:

a, Kompetensi

Dimensi Kompetensi mengacu pada keterampilan dan kemampuan atau kompetensi perusahaan yang dirasakan di pihak lain.

b. Kredibilitas atau Niat Baik

Dimensi Kredibilitas atau niat baik (kebajikan) berkaitan dengan kepercayaan konsumen bahwa perusahaan tertarik dan memperhatikan atau perhatian pada kesejahteraan konsumen, empati, keyakinan dan bahwa mereka tidak berniat untuk menampilkan perilaku yang

oportunis, tetapi lebih dimotivasi untuk memenuhi kepentingan bersama.

a. Integritas

Dimensi Integritas menunjukkan kepastian konsumen tentang ketulusan dan fakta bahwa bisnis akan memenuhi janji yang dibuatnya, kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*).

Karena itu, menurut Flavia¹ and Guinal² dalam konteks hubungan secara online pengusaha perlu membuktikan dan tidak diragukan untuk bersikap jujur dan bertindak dengan itikad baik, memiliki teknis, keuangan dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk menyelesaikan keberhasilan transaksi, seperti ketepatan tanggal pengiriman atau memastikan bahwa setiap rincian data perbankan disimpan dan dijaga kerahasiaannya.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menganalisis pengaruh kenyamanan dan keamanan terhadap kepercayaan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian melalui website pada konsumen Zysku Xena dengan menggunakan kepercayaan sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kenyamanan dan keamanan berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan, variabel kenyamanan, keamanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian. Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian dan jumlah variabel bebas, sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kenyamanan pada variabel bebas.

Dengan tujuan untuk mengetahui factor kepuasan nasabah, dan layanan mobile banking. Jenis pendekatan yang digunakan pada pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor latar belakang pendidikan (X1) berpengaruh signifikan dengan layanan mobile banking bank Syariah. Faktor sosial (X2) berpengaruh signifikan dengan alumni yang bekerja di lembaga keuangan syariah. Faktor Spiritual (X3) tidak berpengaruh signifikan dengan alumni yang bekerja di lembaga keuangan syariah. Faktor Minat (X4) berpengaruh signifikan dengan alumni yang bekerja di lembaga keuangan syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variable (X). Persamaan dengan penelitian ini lebih terfokus pada layanan e-banking yaitu Mobile Banking, sehingga yang menjadi objek penelitian pun hanya di fokuskan kepada nasabah pengguna layanan Mobile Banking saja.

¹⁵Penelitian Romadloniyah dan Prayitno yang bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan,

¹⁵ Alifalul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Pratitno. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI*. Lamongan. Jurnal ISSN 2502-3764. Vol. III. NO. 2. Hal. 699

Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan E-Money. Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian dan objek penelitian, sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna dan persepsi kepercayaan variabel bebas dan minat nasabah sebagai variabel terikat.

Bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa berkarir di bidang perbankan Syariah sebagai dasar pengembangan proses belajar di STIE Kesatuan Bogor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Hasil dari penelitian ini bahwa Faktor Minat dan Faktor Persepsi yang berpengaruh secara nyata terhadap pembentukan minat kepuasan nasabah mobile banking Perbankan Syariah. Adapun perbedaan penelitian yaitu pada Variabel Independen (X) sedangkan untuk persamaan penelitian ini terletak pada variable dependen (Y) yang sama-sama meneliti tentang minat nasabah menggunakan layanan mobile banking bank Syariah.

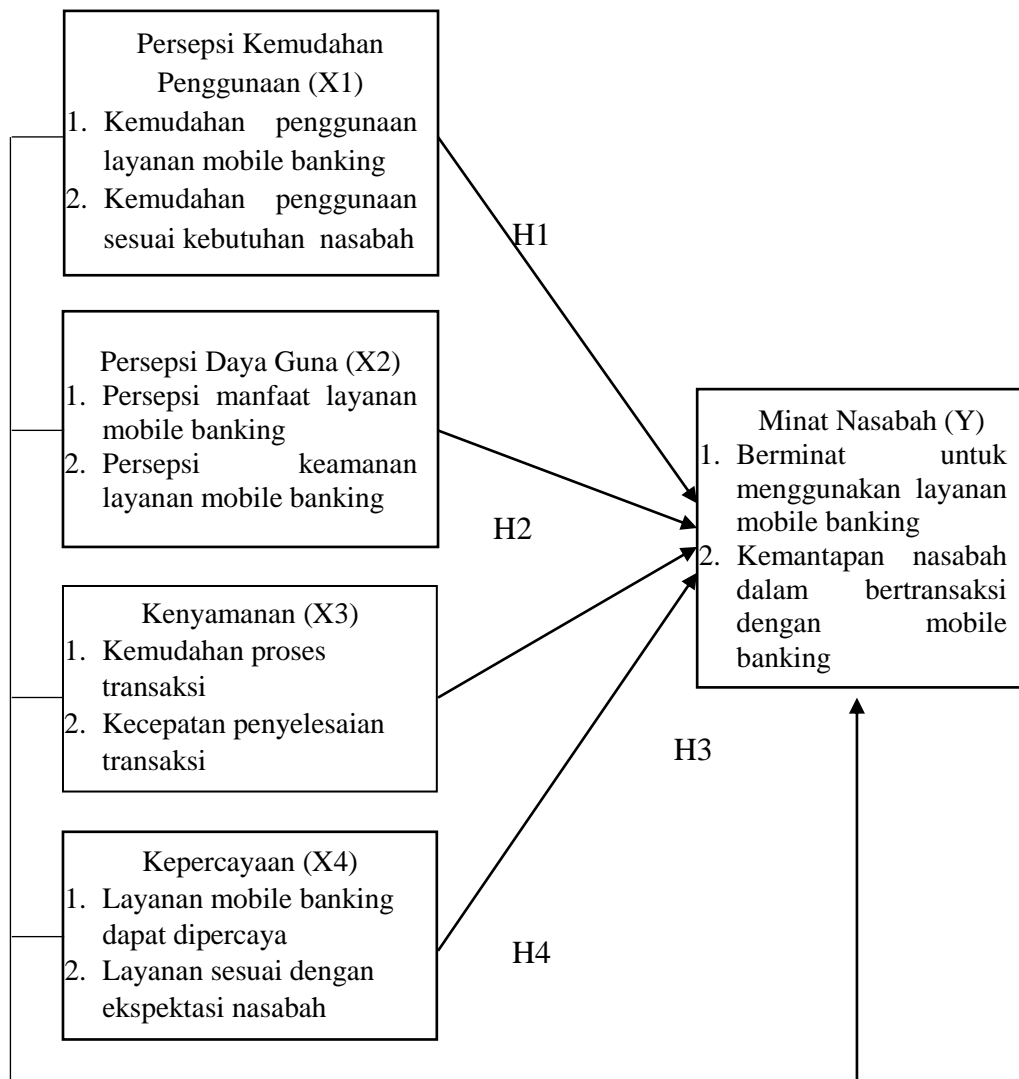
Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile

banking Bank Syariah. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya dan kepatuhan syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian, sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan variabel bebas dan minat nasabah sebagai variabel terikat.

G. Kerangka Konseptual

Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti memilih mobile banking yang akan dijadikan objek penelitian karena melihat kepada keadaan wilayah peneliti sendiri. Dari pembahasan sebelumnya, peneliti memilih empat faktor eksternal minat nasabah sebagai variabel bebas penelitian, diantaranya persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan.

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual



Sumber : Gambar di Olah peneliti, 2020

Variabel yang di uji dalam penelitian ini adalah :

1. *Dependent Variabel (Y)* yaitu variabel yang dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (X), yang menjadi variabel terikat atau *dependent varibel* dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di BRI Syariah KCP Tulungagung.

2. *Independent Variabel* yaitu variabel–variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel Y (Minat Nasabah) menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah KCP Tulungagung tahun 2020.

X1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan

X2 : Persepsi Daya Guna

X3 : Kenyamanan

X4 : Kepercayaan

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang adanya sesuatu atau kemungkinan adanya sesuatu, dengan diiringi perkiraan mengapa atau apa sebabnya adanya demikian. Dengan demikian, hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih akan dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, landasan teori, kerangka berfikir, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Hipotesis Secara Parsial

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

H2 : Persepsi daya guna secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

H3 : Kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

H4 : Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

2. Hipotesis Secara Simultan

H5 : Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.