

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **A. Teori Konsumsi dalam Islam**

Konsumsi secara umum adalah pemakaian dan penggunaan barang dan jasa seperti pakaian, makanan, peralatan, kendaraan, media cetak dan elektronik, jasa konsultasi umum, dan sebagainya. Dengan demikian konsumsi tidak selalu berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi juga meliputi pendayagunaan segala manfaat atau sesuatu yang dibutuhkan manusia.<sup>29</sup>

Dalam perspektif konvensional perilaku konsumsi merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan sehingga tercapai kepuasan yang optimal, adapun menurut perspektif syariah perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani saja tetapi juga kebutuhan rohani. Dalam perilaku konsumsi islam terdapat konsep masalah diartikan sebagai perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas. Konsep masalah menggambarkan motif kesederhanaan individu pada setiap bentuk konsumsinya. Masalah bertujuan melahirkan manfaat, persepsi yang ditentukannya adalah konsumsi sesuai kebutuhan.<sup>30</sup>

Dalam hal ini adalah bagaimana persepsi nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* apakah sudah sesuai dengan niat dalam mendapatkan

---

<sup>29</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2005). Hlm. 172.

<sup>30</sup> Muhammad Mulfi, *Perilaku Konsumen dalam perspektif ilmu ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006). Hlm 97.

manfaat, kemudahan dan kenyamanan yang kemudian mendorong pada persepsi sesuai kebutuhan dalam islam.

### **1. Konsep Islam tentang Kebutuhan**

Dalam perspektif islam, kebutuhan ditentukan oleh masalah, pembahasan konsep kebutuhan dalam islam tidak dapat dipisahkan dari kajian mengenai perilaku konsumen dalam kerangka maqashid al-syariah. Dimana tujuannya harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam islam. Menurut imam Al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Dalam hal ini, konsep masalah sangat tepat diterapkan untuk memenuhi kebutuhan manusia yang mencakup kebutuhan dari beberapa tingkatan yaitu:

- a. Dharuriyat, merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yaitu mencakup terpeliharanya lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, keyakinan atau agama, akal/intelektual, keturunan dan keluarga serta harta benda. Jika tujuan daruriyat diabaikan, maka tidak akan ada kedamaian, yang timbul adalah kerusakan.
- b. Hajiyat, syariah bertujuan memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima pokok tadi melainkan menghilangkan kesempitan dan berhati-hati terhadap lima hal pokok tersebut.
- c. Tahsiniyah, syariah menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman didalamnya. Terdapat beberapa proporsi dalam syariah yang dimaksudkan

untuk mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dan simplifikasi dari dharuriyat dan hajjiyyat.<sup>31</sup>

Di era digital saat ini pemanfaatan *mobile banking* sudah tidak asing lagi, selain mudah untuk digunakan *mobile banking* menyediakan beragam fitur yang bermanfaat bagi penggunanya. Pemanfaatan *mobile banking* disini masuk kedalam tingkatan tahsiniyat atau jika didalam ekonomi konvensional disebut dengan kebutuhan tersier. Kebutuhan ini dipenuhi jika kebutuhan dharuriyah dan hajjiyat telah terpenuhi. Adapun indikator dalam kebutuhan diantaranya<sup>32</sup>:

- a. Membeli atau memakai produk tersebut untuk membantu dan memudahkan dalam hidupnya. Seperti halnya *mobile banking* dengan beragam fitur yang tersedia sehingga memudahkan penggunanya dalam bertransaksi.
- b. Jika tidak membeli dan memakai produk tersebut akan ada akibat yang ditimbulkan. Penggunaan *mobile banking* yang mudah akan menguntungkan para pengguna sehingga pengguna tidak perlu datang langsung ke bank karena sebagian orang menganggap datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi hanya akan menghabiskan waktu mereka.
- c. Membeli atau memakai bukan karena hal lain seperti gengsi. Di era digital saat ini penggunaan *mobile banking* sudah tergolong hal yang mendasar sehingga bukan hanya kalangan menengah atas saja yang bisa menggunakannya, melainkan semua kalangan dapat menggunakannya.

---

<sup>31</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta: kencana, 2010). Hlm. 64.

<sup>32</sup> Liling, A. (2019). Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 71–91.

## **B. Teori Pendekatan Faktor Penerimaan Terhadap Penggunaan Teknologi**

Secara teoritis, terdapat beberapa model pendekatan untuk menganalisis faktor-faktor penerimaan terhadap penggunaan teknologi komputer. Adapun yang tercatat di dalam literatur hasil riset dibidang teknologi informasi diantaranya adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planed Behavior* (TPB) dan *Theori Acceptance Model* (TAM). Dalam hal ini, peneliti menggunakan *Theory Acceptance Model* (TAM) sebagai model penelitian.

### **1. Theory Acceptance Model (TAM)**

*Theory Acceptance Model* (TAM) pada mulanya diadopsi dari model *Theory Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun (1989) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu landasan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku seseorang tersebut. Pada tahun 1986 Davis dengan disertasinya yang berjudul “*A Technology Acceptance Model for Empirical Testing New End User Information system: Theory and Results*” di *Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology*. Kemudian disertasinya dipublikasikan dalam karya ilmiah dengan judul “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”.<sup>33</sup>

TAM telah menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan *internet system*, karena pemahaman dan kesederhanaannya. TAM telah menjadi instrumen dalam banyak studi empiris seperti yang dilakukan oleh Tzung-I Tang (2004), Pin Luarn & Hsin-Hui Li (2005), William R. King & Jun He (2006), Tjuk Indarsin &

---

<sup>33</sup> Rahayu, I. S. (2015). *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. V (2), 137–150.

Hapzi Ali (2017), Abdel Latef M. Anouze & Ahmed S. Alamro (2019) dan Muhammad Mufarih, et al (2020). Selain itu, Meta analisis secara ketat memperkuat kesimpulan yang telah dicapai secara luas melalui analisis kualitatif bahwa TAM merupakan model prediksi yang kuat.<sup>34</sup>

Tujuan utama dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor penentu penerimaan komputer yang bersifat umum, mampu menjelaskan perilaku pengguna diberbagai teknologi komputasi pengguna akhir dan populasi pengguna, sehingga peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi mengapa sistem tertentu tidak dapat diterima sehingga mengejar langkah korektif yang tepat.<sup>35</sup>

Pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa persepsi seseorang akan menentukan perilakunya dalam menggunakan teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) secara jelas menggambarkan bahwa diterimanya penggunaan sebuah teknologi informasi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*).<sup>36</sup>

Kedua variabel tersebut dapat menjelaskan dimensi perilaku pengguna maka dengan memperhatikan kemudahan dan manfaat penggunaan dapat dijadikan sebab bagi seseorang dalam berperilaku.

---

<sup>34</sup> King, W. R., & He, J. (2006). *A meta-analysis of the technology acceptance model. Information and Management*, 43(6), 740–755.

<sup>35</sup> Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models*. 35(July 2018), 982–1003.

<sup>36</sup> Sukmawati, H., Joni, Farizal Rasyid, A., & Kurniaputri, M. R. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), h.1845-1857.

## **E. Konsep Penerimaan Teknologi Informasi**

### **1. Pengertian Teknologi Informasi**

Bodnar dan Hopwood mengatakan bahwa teknologi informasi meliputi teknologi komputer (*computing technology*) serta teknologi komunikasi (*communication technology*) yang digunakan untuk memperluas serta memproses informasi yang bersifat finansial ataupun non-finansial. Selanjutnya, teknologi informasi dapat diartikan sebagai segala hal yang terintegrasi untuk digunakan menjangkau data, mengolah serta mengirim dan menyajikan secara elektronik menjadi informasi dalam berbagai format yang berguna bagi penggunaannya.

### **2. Penerimaan Teknologi**

Kotler & Armstrong dalam Sukmawati (2021) mendefinisikan penerimaan teknologi merupakan suatu keinginan dari penggunaan untuk menerapkan sistem teknologi informasi dalam melakukan suatu pekerjaan. Keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi yang baik dapat meningkatkan sistem layanan dan memberikan kesiapan yang baik berkaitan dengan penyediaan informasi. Menurut Turban et al (2015), Faktor yang terdapat dalam penerimaan teknologi yaitu persepsi terhadap teknologi tersebut, konsistensi teknologi dengan nilai dan kebutuhan dalam penggunaan, kesulitan pengguna dan hasil observasi dari teknologi itu sendiri.<sup>37</sup>

Penerapan teknologi informasi selalu berkaitan dengan penerimaan penggunaan. Menurut Alwahaishi dan Snalsel (2013) mengemukakan penerimaan

---

<sup>37</sup> Sukmawati, H., Joni, Farizal Rasyid, A., & Kurniaputri, M. R. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), h.1845-1857.

pengguna merupakan sebuah faktor penting dan menjadi fokus utama dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan produk teknologi informasi. Penggunaan sistem adalah indikator dari keberhasilan dan penerimaan sistem teknologi informasi. Menurut Davis konsep dalam penerimaan suatu sistem itu diterima atau ditolak ditentukan oleh dua faktor penentu, yaitu:<sup>38</sup>

- 1) Orang cenderung menggunakan ataupun tidak menggunakan aplikasi jika mereka menganggap bahwa hal tersebut dapat memudahkan mereka dalam melakukan pekerjaan dengan baik.
- 2) Seseorang mempercayai bahwa sistem dapat memberikan manfaat, selain itu mereka juga berasumsi bahwa sistem tersebut sulit digunakan. Maka mereka menjadi enggan menggunakan sistem tersebut. Hal ini berarti selain manfaat dari suatu sistem maka faktor kemudahan dalam menggunakan suatu sistem adalah hal yang penting.

Selanjutnya yaitu *Behavioral intention to use* merupakan kecenderungan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan teknologi. Intensi atau *behavioral intention to use* adalah sebuah motivasi atau niat dalam diri pengguna, hal ini dapat didefinisikan sebagai minat (keinginan) yang mendorong seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.<sup>39</sup> Menurut Jogiyanto dalam antalogi pustakawan, perilaku merupakan tindakan yang memang dilakukan secara langsung oleh seseorang. Perilaku dilakukan dikarenakan seseorang memiliki minat untuk melakukannya. Minat perilaku akan menentukan tindakan (*action*). Dalam konsep

---

<sup>38</sup> Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models*. 35(July 2018), 982–1003.

<sup>39</sup> Indyah Hartami S & Fandi Sudiasmo. (2020). *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. (Surabaya: Penerbit CV. Jakad Media Publishing). Hlm. 19.

penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku ialah penggunaan yang sesungguhnya dari teknologi atau menerapkan teknologi tersebut demi suatu kepentingan dalam pekerjaan kesehariannya.<sup>40</sup>

## F. COVID-19

*Corona virus disease* (Covid-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona tipe baru yang termasuk akut. Virus ini dapat menginfeksi manusia ataupun hewan dan sifatnya menular serta menyebar keseluruh dunia dengan cepat. Wabah penyakit ini pertamakali ditemukan di provinsi Wuhan, China kemudian *World Health Organization* (WHO) pada tanggal 31 Desember 2019 menyatakan virus tersebut sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020. Masa inkubasi dari virus ini sangat bervariasi antara 2 sampai 14 hari.<sup>41</sup>

Wabah ini telah merebak diseluruh negara yang mengharuskan negara tersebut melakukan *lockdown* akibatnya pertumbuhan perekonomian menjadi melambat. Menurut data *World Bank Global Outlook* pada tahun 2020 lebih dari 90% perekonomian global mengalami degradasi PDB per kapita. Lembaga internasional seperti IMF (*International Monetary Fund*) memprediksi penyusutan pertumbuhan ekonomi global ditahun 2020 berada pada angka 4,4% dan minus 4,2%.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Ani Herwatin, et al. (2019). *Antologi Pustakawan*. (Malang: Penerbit UMM Press). Hlm. 12.

<sup>41</sup> Suryane Sulistiana S, et al. (2021). *Pencegahan dan Penatalaksana Keperawatan COVID-19*. (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press). hlm 3.

<sup>42</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "*Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2015*", (diakses pada 10 Maret 2022)

Berdasarkan data yang dilaporkan *Worldometers* pada Maret 2022 Indonesia menempati peringkat ke-15 dengan penambahan 5.826.589 kasus positif.<sup>43</sup> Tingginya kasus covid di Indonesia membawa percepatan transformasi digital, hal ini disebabkan beberapa faktor yaitu pembelajaran daring, bekerja dari rumah (*work from home*) dan transaksi digital kemudian faktor infrastruktur yang lebih cepat akibat palapa ring.<sup>44</sup>

### **G. Mobile Banking**

Layanan *mobile banking (M-Banking)* merupakan alternatif yang disediakan oleh bank selaku perusahaan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi. Chawla dan Joshi (2017) mengatakan *M-banking* adalah bentuk baru dari *e-banking* yang memungkinkan nasabah untuk berkomunikasi dengan bank dan mengakses layanan keuangan secara langsung hanya dengan mengoperasikan *smartphone*. Pada mulanya *M-banking* hanya berisi layanan pembayaran tagihan dan informasi saldo rekening bank, namun seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih *M-banking* berisi berbagai layanan dan dapat diakses oleh nasabah.<sup>45</sup>

*Mobile banking* merupakan layanan aplikasi yang dapat beroperasi diluar batas-batas infrastruktur tradisional (cabang fisik, ATM, distributor, dll) menggunakan perangkat *digital mobile*. Dengan adanya *mobile banking*

---

<sup>43</sup> Worldometers, "Corona Virus Cases", <https://www.worldometers.info/>. (diakses pada 10 Maret 2022).

<sup>44</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2015", (diakses pada 10 Maret 2022)

<sup>45</sup> Milad Farzin, et al. (2021). *Extending UTAUT 2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter?* (Asian Journal of Economics and Banking. Emerald Publishing Limited). Vol. 5 No. 2. Pg. 137.

masyarakat tidak harus repot pergi langsung dan mengantri ke bank ataupun mesin ATM, karena berbagai layanan transaksi perbankan saat ini dapat dilakukan dimanapun serta kapanpun dengan sangat mudah hanya dengan menggunakan *smartphone*. Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat membawa transformasi pada dunia perbankan dengan kehadiran layanan *online* yang dioperasikan melalui *smartphone*, sehingga dapat memungkinkan nasabah dalam melakukan transaksi dari kantor cabang bank yang sama ataupun bank yang berbeda yang berada dimana saja melalui aplikasi *mobile banking*.<sup>46</sup>

Kemudian layanan *mobile banking* juga harus memiliki kriteria keamanan tertentu untuk memastikan penerimaan pelanggan serta kelayakan bisnis, berikut merupakan kriteria keselamatan *mobile banking* menurut Buse dan Tiwari (2007):<sup>47</sup>

- 1) Kerahasiaan Data harus dijamin dengan mencegah akses ilegal yang sedang berlangsung.
- 2) Autentikasi, Akses ke data dapat diizinkan apabila data diri pengguna dipastikan dapat diautentikasi.
- 3) Integritas, Teknik enkripsi wajib digunakan untuk menghindari kecurangan data selama transmisi. Bank dan nasabah harus dapat memverifikasi integritas data yang dikirimkan dengan memeriksa ulang validitas yang sudah ditentukan.

---

<sup>46</sup> Bernardo Nicoletti. (2014). *Mobile Banking Evolution or Revolution?*. (New York: Published Palgrave Macmillian). Hlm. 2.

<sup>47</sup> Tiwari R & Buse S. (2007). *The Mobile commerce prospects: A strategic analysis of opportunities in the banking sector. Jerman: Hamburg Univercity Press*. P. 83.

- 4) *Non-disputability*, Transaksi harus didokumentasikan secara rinci untuk disimpan dan nasabah dapat mencatat transaksi dan jika terdapat hal yang tidak sesuai dapat melaporkan ke bank sehingga *non-disputability* dalam intruksi dapat dipastikan jika diperlukan.

## **H. Actual Use / Penggunaan Teknologi Sebenarnya**

### **1. Pengertian Actual Use / Penggunaan Teknologi**

Menurut Thompson et al (1991) mengartikan pemanfaatan teknologi sebagai manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya dimana pegukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi ataupun perangkat lunak yang dioperasikan.<sup>48</sup>

### **2. Indikator Actual Use / Penggunaan Teknologi**

Menurut Thompson et al (1991) indikator dari penggunaan teknologi adalah sebagai berikut:

- 1) Intensitas pemanfaatan.
- 2) Frekuensi pemanfaatan.
- 3) Jumlah aplikasi ataupun perangkat lunak yang digunakan.

---

<sup>48</sup> Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization Utilization of Personal Computers Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization1*. Source: *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.

## I. Perceived Usefulness

### 1. Pengertian *Perceived Usefulness*

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat merupakan ukuran dalam menggunakan suatu sistem teknologi yang dipercaya dapat memberikan manfaat terhadap para penggunanya. Persepsi kemanfaatan berkaitan dengan kapasitas dan efektivitas sistem teknologi pada manfaat dan fungsi yang didapatkan dalam peningkatan kerja dan kinerja saat menggunakan suatu sistem.<sup>49</sup>

Islam mengajarkan setiap muslim harus memberikan manfaat kepada orang lain karena hal tersebut merupakan suatu bentuk kebaikan. Seperti firman Allah yang termaktub dalam QS. Al-Isra' [17] ayat 7 berikut:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَعْوَأَ وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Artinya : *Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.*

Secara umum, QS. Al-Isra' [17] ayat 7 berkaitan dengan hakikat perbuatan baik dan buruk, bahwasanya setiap perbuatan baik yang dilakukan seseorang tidak hanya diperuntukkan terhadap objeknya, tetapi

<sup>49</sup> Davis, Fred D., et al. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Management Science*. 35 (8). P. 982-1002.

juga terhadap pelukunya. Hal ini berarti jika seseorang melakukan hal baik maka perbuatan baik tersebut akan kembali kepada dirinya sendiri, begitupun sebaliknya. Adapun tafsir menurut Quraish Shihab, surah Al-Isra' [17] ayat 7 berisi mengenai penegasan hakikat perbuatan baik dan buruk pada ayat sebelumnya, bahwa kebiasaan yang dialami oleh bangsa israil disebabkan oleh kedurhakaan dan kezaliman yang mereka kerjakan, bukan karena orang lain. Sebaliknya jika mereka ingin taat dan bersungguh-sungguh niscayaa Allah akan memberikan ganjaran sesuai ketetapan-Nya.<sup>50</sup>

## 2. Indikator *Perceived Usefulness*

Berikut ini merupakan indikator *Perceived Usefulness* menurut Davis (1989), diantaranya:<sup>51</sup>

a. Bekerja lebih cepat (*Improve job performance*)

Performa kerja bisa meningkat dengan menggunakan sistem dari teknologi.

b. Memudahkan Pekerjaan (*Job Easier*)

Menjadikan pekerjaan pengguna lebih mudah dengan menggunakan suatu sistem teknologi.

c. Bermanfaat (*Usefull*)

Dengan sistem teknologi memiliki manfaat secara menyeluruh.

d. Meningkatkan produktivitas (*Increase productivity*)

Suatu sistem teknologi dapat menambah dan meningkatkan produktivitas pengguna.

---

<sup>50</sup> Muhammad Rafi. (2021). *Surah Al-Isra, [17] Ayat 7: Hakikat Perbuatan Baik Bagi Manusia*. <https://tafsiralquran>. (diakses pada 23 Mei 2022).

<sup>51</sup> Davis, Fred D., et al. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Management Science*. 35 (8). P. 982-1002.

## J. Perceived Ease Of Use

### 1. Pengertian *Perceived Ease Of Use*

Menurut Davis et al (1989) menyatakan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) bahwa persepsi kemudahan merujuk pada seberapa jauh konsumen percaya bahwa tidak ada usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan teknologi, termasuk usaha fisik dan mental serta betapa mudahnya belajar menggunakan suatu sistem. Mehrad dan Mohammadi (2016) mengatakan pengguna lebih dialihkan dan mengarah memanfaatkan sistem jika mereka menemukan kemudahan penggunaan dalam sistem, kemudahan penggunaan bisa secara positif mengembangkan sikap pengguna terhadap *mobile banking* dan penggunaannya, dan dapat memainkan peran dalam menentukan niat konsumen untuk menggunakan *e-banking*. Menurut Juwahir et al (2019) untuk mencegah masalah sistem, suatu sistem teknologi informasi (TI) harus mudah dipelajari serta digunakan. TI yang komprehensif akan membuat nyaman nasabah untuk merasakan sistem *internet banking* sehingga kemudahan penggunaan diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap kredibilitas pada persepsi pelanggan.<sup>52</sup>

Peluncuran aplikasi BSI *Mobile* adalah suatu usaha yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia dalam memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi para nasabahnya untuk mengakses berbagai informasi perbankan.

---

<sup>52</sup> Jeffrey Z.C. Nelwan, et al. (2021). *Antecedent Behaviour and Its Implication on The Intention To Reuse The Internet Banking and Mobile Services: International Journal Of Data and Network Science*. Vol. 4 No. 003. Pg. 451-464.

Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang mengajarkan umatnya untuk memudahkan kesulitan yang dialami sesama Muslim. Hal ini disebutkan dalam hadits Ibnu ‘Umar :

يَوْمَ كُزِبَ مِنْ كُزْبَةٍ بِهَا عَنْهُ لَهَا فَرَجٌ كُزْبَةٌ، مُسْلِمٍ عَنْ فَرَجٍ وَمَنْ الْقِيَامَةِ

Artinya: *Barangsiapa yang mengangkat kesulitan seorang muslim, maka Allah akan mengangkat kesulitannya pada hari kiamat kelak. (HR. Bukhari dan Muslim).*<sup>53</sup>

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kemudahan dalam hal penggunaan aplikasi Mobile Banking yang disediakan oleh bank syariah sangat bermanfaat sehingga dapat meningkatkan intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut.

## **2. Indikator *Perceived Ease Of Use***

Menurut Lee & Wan (2010) menjelaskan terdapat beberapa indikator dari *Perceived Ease Of Use* diantaranya:<sup>54</sup>

- a. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
- b. Mudah terampil dalam penggunaan teknologi informasi.
- c. Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

---

<sup>53</sup> Radio Rodja. *Hadits Arbain Ke 36 Hadis Tentang Tolong menolong*. <https://www.radiorodja.com/50957>. (diakses pada 24 Mei 2022).

<sup>54</sup> Sabrina Handayani, et al. (2022). *Book Chapter Paradigma Angkutan Umum*. (Bandung: Penerbit PTDI Press). Hlm. 8.

## K. Perceived Credibility

### 1. Definisi *Perceived Credibility*

Wang et al (2003) mendefinisikan *perceived credibility* atau persepsi kredibilitas sebagai suatu bentuk penilaian terhadap kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi yang dapat menjamin data dan privasinya terhadap segala bentuk kejahatan. Kemudian Wang dalam Reza Ramadhan (2016) mengemukakan persepsi kredibilitas perlu untuk di tambahkan karena persepsi kredibilitas telah terbukti secara empiris mempengaruhi *user acceptance*.<sup>55</sup>

Lock & Seele (2017) menjelaskan kredibilitas dianggap menjadi bagian dari kepercayaan, yang didefinisikan sebagai karakteristik yang berkaitan dengan individu, institusi atau produk di mata seseorang yang berkaitan pada kejadian, fakta dan sebagainya. Selanjutnya Chahal et al (2014) mendefinisikan *perceived credibility* sebagai keyakinan bahwa *mobile banking* akan terhindar dari masalah keamanan dan privasi. Keputusan untuk menggunakan layanan *mobile banking* dapat menyertakan tingkat yang tinggi risiko dalam pikiran pengguna. Kemudian, Luarn & Lin (2005) mengatakan bahwa salah satu kekhawatiran terbesar dalam penggunaan *mobile banking* merupakan kegagalan transaksi keuangan.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Reza Ramadhan. (2016). *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Mandiri Surabaya*. Skripsi. Hlm. 34.

<sup>56</sup> Mulyadi & Bayu Aji Pratama. (2018). *Antecedent Behavioral Intention Pada Mobile Banking*. Stie SWADAYA.

Layanan BSI *Mobile* sebagai layanan dari Bank lembaga keuangan yang tidak hanya mementingkan keuntungan semata namun juga wajib menjaga amanah yang dipercayakan nasabah dengan melindungi nasabah dari tindak kejahatan penipuan dan pencurian data sehingga nasabah merasa percaya dan nyaman dalam menggunakan fasilitas yang disediakan pihak Bank. Berkaitan dengan amanah, Allah SWT berfirman dalam QS. Al-mu'minun [23] ayat 8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: *dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.*

Beraskan tafsir Ibnu Katsir oleh Ismail bin Umar Al-Quraisyi bin Katsir Al-Bashri Ad-Dimasyqi yakni apabila mereka dipercaya, tidak berhianat, bahkan menunaikan amanat itu kepada pemiliknya. Apabila mereka berjanji atau mengadakan transaksi, maka mereka menunaikannya dengan benar.<sup>57</sup>

## **2. Indikator *Perceived Credibility***

Wang et al (2003) menyebutkan terdapat beberapa indikator dari *Perceived Credibility* sebagai berikut:<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Risalah Muslim. <https://risalahmuslim.id/quran/al-muminuun/23-8/>. (diakses pada 24 Mei 2022).

<sup>58</sup> Wang, Y.-S., Wang, Y.-M., Lin, H.-H., & Tang, T.-I. (2003). *Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An empirical study*. International Journal of Service Industry Management, 14 (1), 115-519.

- a. Perlindungan keamanan, keamanan mengacu pada perlindungan informasi atau sistem dari intrusi atau arus yang tidak berizin.
- b. Privasi yang diberikan, privasi mengacu pada perlindungan berbagai jenis data yang dikumpulkan dengan atau tanpa sepengetahuan pengguna selama interaksi dengan sistem internet perbankan.

#### L. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Credibility terhadap Penggunaan Aplikasi BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19)*” ini didasarkan pada penelitian sebelumnya dan memiliki kasus yang hampir sama. Berikut merupakan rangkuman dari beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan
1.	Pin Luarn dan Hsin-Hui Lin, (2005)	<i>Toward an Understanding of the behavioral intention to use mobile Banking</i>	Menunjukkan bahwa variabel <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived credibility</i> memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan mobile banking dengan	Menggunakan variabel <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived credibility</i> sebagai variabel independen

2.	Sri Maharsih dan Yuliani Mulyadi. (2007)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Menemukan hasil bahwa persepsi kredibilitas, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh pada minat dalam penggunaan <i>internet banking</i>	Menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas.
3.	Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari (2014)	Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .	Menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> . Menemukan	Menggunakan variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan sebagai variabel independen.
4.	Panggih Rizki Dwi Istiarni dan Paulus Basuki Hadiprajitno (2014)	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening.	Bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap sikap penggunaan dan berpengaruh secara tidak langsung terhadap sikap penggunaan berulang <i>internet banking</i> .	Menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi kredibilitas sebagai variabel independen.

5.	Imam Sugih Rahayu (2015)	Minat Nasabah menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM); Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta	Menemukan bahwa Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Usefulness</i> ) dan persepsi kredibilitas ( <i>perceived credibility</i> ) berpengaruh positif pada perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> sedangkan persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ) dalam menggunakan berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> .	Menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kredibilitas sebagai variabel independen.
6.	Tjuk Indarsin dan Hapzi Ali (2017)	Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Iken Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia	Menemukan bahwa <i>perceived usefulness</i> memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile ikens wholesale</i> sedangkan <i>perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif meskipun pengaruhnya sangat lemah terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile ikens wholesale</i>	Menggunakan variabel <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> sebagai variabel independen

7.	Abi Fadlan (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna <i>Mobile Banking</i> Universitas Brawijaya).	Menemukan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .	Menggunakan variabel persepsi kemudahan dan Persepsi Kegunaan sebagai variabel independen.
8.	Zumrotus sholikhah (2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi Terhadap Penggunaan <i>Internet Banking</i> BRI Di Surabaya.	Menemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>Internet Banking</i> BRI Di Surabaya.	Menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kredibilitas sebagai variabel independen.
9.	Abdel Latef M. Anouze dan Ahmed S. Alamro (2020)	<i>Factore Affecting Intention to Use e-Banking in Jordan.</i>	Menemukan bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada niat untuk menggunakan internet banking.	Menggunakan variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> sebagai variabel independen.

10.	Azizah Putri et al. (2020)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Perceived Credibility</i> terhadap Keputusan menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19.	Menemukan hasil bahwa <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Perceived Credibility</i> secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mobile banking.	Menggunakan variabel <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Perceived Credibility</i> .
11.	Muhammad Mufarikh, et al (2020)	<i>Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia</i>	Menemukan bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi <i>digital banking</i>	Menggunakan variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> sebagai variabel independen.

Sumber: dikumpulkan dari berbagai sumber, 2022.

### M. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan ataupun jawaban sementara yang mungkin benar namun bisa juga salah. Hipotesis sebenarnya suatu dugaan, bukan hanya asal membuat dugaan, namun berdasarkan teori-teori atau hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan. Karena sifatnya sementara maka hipotesis ini dapat di terima ataupun ditolak.<sup>59</sup> Selain itu, hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap masalah, selanjutnya dijelaskan jika pada umumnya hipotesis dirumuskan untuk menggambarkan hubungan antara

<sup>59</sup> Agung Edy Wibowo. (2021). *Metodologi Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. (Cirebon: Penerbit Insania). Hlm. 72.

dua variabel yang terdiri dari variabel penyebab dan variabel akibat, dan menggambarkan perbandingan satu variabel dari dua sampel.<sup>60</sup>

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara ataupun ringkasan teoritis yang didapat berdasarkan tinjauan pustaka yang harus diujikan lagi kebenarannya. Berikut merupakan pengembangan hipotesis dalam penelitian ini:

### **1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Mobile Banking**

*Perceived Usefulness* merupakan keyakinan seseorang terhadap teknologi informasi tertentu bahwa dalam menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya, kemudian teknologi informasi memiliki peran dan manfaat yang dirasakan dalam mencapai hasil yang berbeda dari kegiatan penggunaan sistem teknologi informasi seperti peningkatan kinerja, gaji ataupun promosi pekerjaan.<sup>61</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Mufarih (2020) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang negatif terhadap penggunaan aplikasi digital banking. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari (2014) *Perceived Usefulness* atau persepsi kebermanfaatan memiliki kontribusi terhadap penggunaan *Mobile Banking* kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ketut Rika (2021) memiliki hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan

---

<sup>60</sup> Muslich Anshori & Sri Iswati. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Surabaya: Airlangga University Press). Hlm. 46.

<sup>61</sup> Ary Bastary, et al. (2020). *Digitalization in Banking Sector: the role of intrinsic motivation*. Heliyon (6): *Journal Homepage*.

*theory acceptance model* (TAM) yang diusulkan oleh Davis 1989, yang menjelaskan niat perilaku pengguna potensial untuk menggunakan teknologi dengan melibatkan dua prediktor utama salah satunya yaitu *perceived usefulness* yang dapat diandalkan dalam penggunaan aplikasi dan situs website pada proses digitalisasi dibandingkan metode manual.<sup>62</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

## **2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan *Mobile Banking***

*Perceived Ease of Use* menurut Venkeatesh & smith (2013) merupakan persepsi kemudahan penggunaan, yang diartikan sebagai persepsi tentang kemudahan ialah persepsi seseorang bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah dipahami dan diterapkan. Dapat dikatakan kemudahan yang dirasakan dari penggunaan adalah tingkat kepercayaan terhadap kemudahan penggunaan suatu aplikasi dalam menjalankan kegiatannya.<sup>63</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Cynthia Sari Latif (2016) memiliki hasil bahwa *perceived ease of use* berpengaruh negatif terhadap penggunaan aplikasi *digital banking*. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Azizah Putri et al (2020) dan Christine Clara dan Theresia Dwi (2021)

---

<sup>62</sup> Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. 35(July 2018), 982–1003.

<sup>63</sup> MUFARIH, M., JAYADI, R., & SUGANDI, Y. (2020). *Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 897–908.

menjelaskan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap Keputusan menggunakan *M-Banking* Dimasa Covid-19. Berdasarkan model TAM yang menganalisis perilaku pengguna terhadap adopsi teknologi *perceived ease of use* atau kemudahan yang dirasakan diartikan sebagai sejauh mana individu yakin bahwa penggunaan sistem akan mudah. Persepsi ini didasarkan pada ukuran untuk menentukan bagaimana sistem dapat memungkinkan suatu tugas yang dilakukan lebih cepat, meningkatkan produktivitas dan kinerja, serta efisiensi kerja.<sup>64</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H2 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh Positif terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

### **3. Pengaruh *Perceived Credibility* terhadap Penggunaan *Mobile Banking***

*Perceived Credibility* didefinisikan sebagai kepercayaan pada sistem dan privasi pribadi informasi yang dimiliki individu saat melakukan transaksi.<sup>65</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Esyah Alhadi et al (2021) memiliki hasil bahwa *perceived credibility* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *mobile banking*. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Imam Sugih Rahayu (2015) dan Chyntia Sari (2016) menemukan hasil bahwa *Perceived Credibility* berpengaruh positif terhadap penggunaan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka

---

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> M Jamal Haider, et al. (2018). *Exploring Gender Effect in Intention to Islamic Mobile Banking Adoption: an empirical stud. Arab Economic and Business Journal*. Vol. 1 No 1. p. 25-38.

*technology acceptance model* (TAM). Secara umum, *perceived credibility* yang dirasakan seseorang dapat memberikan rasa aman terhadap privasi serta informasi pribadi mereka dalam melakukan transaksi.<sup>66</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : *Perceived Credibility* berpengaruh Positif terhadap Penggunaan Mobile Banking.

#### **4. Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Credibility* terhadap Penggunaan Mobile Banking**

Menurut Azizah Putri et al (2020) berdasarkan hasil uji F yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel independen terhadap variabel dependen. Diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 68,913 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,71 diperoleh P-value 0,0000. karena koefisien P-value lebih kecil dari 0,05 regresi dinyatakan signifikan sehingga dapat dikatakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived credibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Ringroad. Adapun berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan oleh Hengky Wongso dan Ramadhan (2021) bahwasanya *perceived usefulness*, *perceived ease of use* berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking* pada Bank Kalbar.

---

<sup>66</sup> Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). *Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking*. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891.

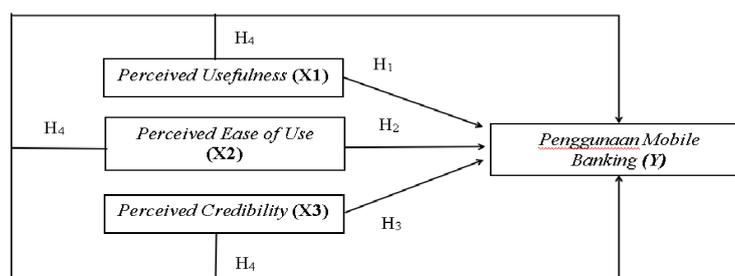
Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4 : *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Credibility* berpengaruh positif terhadap Penggunaan Mobile Banking.

#### N. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka berpikir adalah komponen peneliti untuk menganalisa perencanaan dan berargumentasi kecenderungan akhir baik diterima atau ditolak hipotesis penelitian tersebut, sedangkan penelitian yang berbentuk pernyataan atau narasi-narasi peneliti bertolak dari data dan memanfaatkan teori yang digunakan sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan pembaharuan suatu pernyataan atau hipotesa.<sup>67</sup> Adapun Kerangka Konseptual yang disajikan dalam Penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Keterangan :

X1 : *Perceived Usefulness*

X2 : *Perceived Ease of Use*

X3 : *Perceived Credibility*

Y : *Penggunaan Mobile Banking*

<sup>67</sup> Nizamuddin, et al. 2021. *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Bengkalis-Riau; Dotplus Publisher. Hal. 90.