

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan globalisasi saat ini menjadikan manusia untuk membuat pengetahuan teknologi yang lebih besar. Manusia mewujudkan teknologi sudah sangat berkembang sehingga pengetahuan teknologi menjadi lebih luas lagi. Teknologi kini menjadi objek yang sangat berpengaruh dalam kebutuhan manusia, salah satunya adalah teknologi informasi. Kemudahan yang diberikan internet kini menjadi pilihan yang efisien bagi orang-orang untuk mencari informasi dan juga untuk berkomunikasi, bahkan transaksi keuangan bisa dilakukan dengan melalui internet.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan teknologi internet adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan landasan untuk hubungan yang sukses dan loyalitas dengan pelanggan.<sup>1</sup> Kepercayaan dibangun ketika penyedia layanan tertarik dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, dan menyediakan produk dan jasa yang menciptakan

---

<sup>1</sup> Andres Kuusik and Urmas Varblane, 'How to Avoid Customers Leaving: The Case of the Estonian Telecommunication Industry', *Baltic Journal of Management*, 4.1 (2009), 66–79 <<https://doi.org/10.1108/17465260910930458>>. H, 70

nilai pelanggan.<sup>2</sup> Hal yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kerjasama demi pencapaian produktivitas perusahaan adalah dengan kepercayaan.<sup>3</sup> Kepercayaan dalam perspektif Islam (Al-Qur'an dan Hadis) dikatakan sebagai *amanah* yang berarti terpercaya. dimensi Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir Maudhu'i, *amanah* adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain disertai rasa aman oleh pemberinya karena kepercayaan bahwa apa yang dipercayakan itu akan dipelihara dengan baik, serta aman di tangan yang diberi.<sup>4</sup>

Dalam Al-Qur'an terdapat enam kata *amanah*, yaitu pada surat Al-Baqarah: 283, surat Al Ahzab: 72, surat An-Nisa: 58, surat Al-Anfal: 27, surat Al-Mukminun: 8, dan surat Al-Ma'arij: 32. Sementara *amanah* dalam Hadis dapat ditemui pada beberapa Hadis, salah satunya Hadis Riwayat Abu Dawud, yaitu "*Apabila seseorang membicarakan sesuatu kepada orang lain (sambil) menoleh ke kiri dan ke kanan karena yang dibicarakan itu rahasia, maka itulah amanah (yang harus dijaga)*". Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *amanah* terdiri dari tiga dimensi, yaitu hubungan dengan Allah (*hablu min Allah*), hubungan dengan manusia (*hablu min an-nas*) dan hubungan dengan

---

<sup>2</sup> Heri Setiawan, 'Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20.3 (2016), 518–28. H, 520

<sup>3</sup> Ria Elisa Layuk, Listyo Yuwanto, And Heru Hariyanto, 'Hubungan Antara Trustworthiness Dengan Trust In Coworker Di Pt. X', *Calyptra: Jurnal Mahasiswa Universitas Surabaya*, 8.1 (2019), 1–12. H, 655

<sup>4</sup> M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i Atas Berbagai Persoalan Umat*

diri sendiri. Ketiga dimensi tersebut saling terkait satu sama lain, artinya ketika hanya satu dimensi yang dijalankan maka *amanah*-nya belum sempurna.<sup>5</sup>

Sedangkan Menurut Mayer *et al* (1995), karakteristik kepercayaan adalah kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*) dan kebaikan (*benevolence*).<sup>6</sup> Kemampuan (*ability*) yaitu suatu kelompok keterampilan, kompetensi dan karakteristik yang dimiliki seseorang yang dapat berpengaruh dalam suatu bidang tertentu. Integritas (*integrity*) yaitu persepsi seseorang dalam mematuhi prinsip moral dan etika yang baik, termasuk keadilan, konsisten tindakan dan penepatan janji. Sedangkan kebaikan (*benevolence*) yaitu sejauh mana seseorang berbuat baik selain dari motif keuntungan.

Keamanan menjadi salah satu alasan utama terlambatnya perkembangan layanan berbasis ilmu teknologi. Menurut Rahardjo (2005) dalam Mukhtisar *et al* (2021), keamanan adalah sesuatu yang dapat mencegah dari penipuan sebuah sistem yang berbasis informasi.<sup>7</sup> Ada beberapa indikator keamanan

---

<sup>5</sup> Ivan Muhammad Agung and Desma Husni, 'Pengukuran Konsep Amanah Dalam Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif', *Jurnal Psikologi*, 43.3 (2017), 195 <<https://doi.org/10.22146/jpsi.11233>>. H, 195

<sup>6</sup> Roger C Mayer and others, 'An Integrative Model Of Organizational Trust', *Journal of the Institute of Brewing*, 33.1 (1995), 1–5 <<https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x>>. H,728

<sup>7</sup> Mukhtisar and others, 'Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee', *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3.1 (2021), 56–72. H, 63

transaksi menurut Raman Arasu dan Annamalai (2011), yaitu jaminan keamanan, kerahasiaan data dan tidak menyalahgunakan data pribadi.<sup>8</sup>

Di Indonesia sendiri pada tahun 2021 tercatat sudah ada 6 kasus kebocoran data pribadi yaitu, kebocoran data BPJS Kesehatan, Cermati, Lazada, BRI Life, Komisi Pemilihan Umum dan Tokopedia.<sup>9</sup> Adanya kasus kebocoran data pribadi ini menjadikan sebagian kecil masyarakat masih meragukan penggunaan teknologi informasi. Akan tetapi, tuntutan kompetisi dalam dunia perbankan ikut membangun fasilitas yang sama, sedangkan di sisi lain ancaman *cybercrime* terhadap keamanan dan kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan teknologi perbankan di Indonesia sangat besar.<sup>10</sup> Bank harus berlomba untuk memenangkan persaingan dalam merebut minat nasabah

Kemudahan teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tak perlu bersusah payah.<sup>11</sup> Konsep persepsi kemudahan dalam penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan

---

<sup>8</sup> Arasu Raman and Viswanathan Annamalai, 'Web Services and E-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer', *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System" WINBIS*, 2011, 54–60. H, 55

<sup>9</sup> Tempo: 6 Kasus Kebocoran Data Pribadi di Indonesia, 03 September 2021, <https://nasional.tempo.co/read/1501790/6-kasus-kebocoran-data-pribadi-di-indonesia>

<sup>10</sup> Irwan Tirtana and Permata Shinta Sari, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25 (2014), 671–88 <<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>>. h, 673

<sup>11</sup> Muhammad Habibi and Achmad Zaky, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3.1 (2015), 1–16 <<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567>>. H, 56

keinginan pengguna.<sup>12</sup> Menurut Kaofaris (2002) persepsi kemudahan terdiri dari empat indikator, yaitu kemudahan mempelajari, kemudahan memahami, mudah untuk menjadi terampil, dan kemudahan menggunakan.<sup>13</sup> Dengan demikian, apabila jasa yang diberikan teknologi dipersepsikan mudah digunakan, maka akan mendorong para pengguna untuk menerima teknologi tersebut.

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.<sup>14</sup> Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan suatu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*.<sup>15</sup> *Mobile banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provoder* (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan dana, tetapi dapat juga berfungsi mengelola keuangan nasabah. Termasuk

---

<sup>12</sup> Rini Handayani, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Dan Penggunaan Sistem Informasi', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9.2 (2007), 76–87. H, 76

<sup>13</sup> Marios Koufaris and William Hampton-sosa, 'Customer Trust Online: Examinin the Role of the Web Site', *Cis*, 5 (2002), 1–20. H,16

<sup>14</sup> Tirtana and Sari, 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking', h, 671.

<sup>15</sup> Otoritas Jasa Keuangan, 'Bijak Ber-Ebanking', *Bijak Ber-Ebanking*, 2015, 6 <[https://www.ojk.go.id/Files/box/buku\\_bijak\\_ber-ebanking.pdf](https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf)>.h, 13.

pembayaran tagihan, *top-up E-wallet*, sampai merencanakan dana pensiun.<sup>16</sup> Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki *smartphone* dapat dengan mudah bertransaksi kapan saja dan dimana saja. Kemudahan yang diberikan oleh pihak perbankan dalam layanan *mobile banking* belum sepenuhnya digunakan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, seperti masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan layanan *mobile banking*, hal ini terkait kurangnya sosialisasi akan *mobile banking*, selain itu kurangnya pemahaman sebagian nasabah dalam penggunaan layanan berbasis digital, sehingga mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Tindakan dalam merealisasikan penggunaan *mobile banking* berkaitan dengan minat seseorang dalam bertransaksi di bank syariah. Minat merupakan salah satu hal penting dalam mempengaruhi tindakan, minat akan timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, di mana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui dan membuktikan.<sup>17</sup> Menurut Slameto (2010) dalam Syardiansah (2016), seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu apabila individu tersebut memiliki beberapa unsur yaitu, perhatian, kesenangan dan kemauan.<sup>18</sup> Banyaknya pengguna *smartphone* di Indonesia menjadi peluang oleh bank syariah dalam mengembangkan

---

<sup>16</sup> Tirtana and Sari., h, 674

<sup>17</sup> Mukhtisar and others. H 57-58

<sup>18</sup> Syardiansah, 'Hubungan Motivasi Belajar Dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengaturan Manajemen', *Manajemen Dan Keuangan*, 5.1 (2016), 243. H,444

layanan *mobile banking*. hal tersebut terbukti, dilansir dari data Newzoo (2021),<sup>19</sup> Indonesia masuk urutan empat dalam daftar negara pengguna *smartphone* terbanyak yaitu sebanyak 160,23 juta pengguna *smartphone*. Salah satu faktor penyebab meningkatnya penggunaan *smartphone* adalah transaksi non tunai di masa pandemi ini menjadi salah satu alternatif keputusan masyarakat dalam bertransaksi guna mengurangi risiko terinfeksi virus melalui uang tunai. Pembayaran tanpa kontak (*Contactless Payment*) menjadi himbauan yang dianjurkan oleh *World Health Organization* (WHO).<sup>20</sup> Melihat pada saat ini persaingan bisnis perbankan semakin kompetitif maka setiap bank harus menentukan strategi untuk menarik nasabah dalam bertransaksi di bank khususnya bank syariah. Untuk mencapai hal tersebut bank syariah harus mempelajari dan mempertimbangkan mengenai keputusan dalam penggunaan *mobile banking*. Karena tidak semua nasabah bank syariah akan selalu memutuskan untuk menggunakan *mobile banking*.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses memilih dari beberapa alternatif pilihan, artinya seorang konsumen yang hendak melakukan pembelian atau penggunaan barang harus mempunyai beberapa alternatif pilihan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2004: 547) hasil dari keputusan tersebut tergantung dari bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Jadi dapat

---

<sup>19</sup> Newzoo Global Mobile Report 2021, 23 September 2021, <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-mobile-market-report-2021-free-version/>

<sup>20</sup> Dini Haryati, "Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19", *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, Vol.3.1. 2021, h, 33

diartikan bahwa pengambilan keputusan adalah dimana konsumen membandingkan alternatif-alternatif yang ada hingga akhirnya memutuskan satu alternatif yang dipilih. Setiap konsumen memiliki alasan yang berbeda-beda dalam membeli atau menggunakan suatu barang. Menurut James Engel (1994) dalam Usman (2016) menyatakan bahwa yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan adalah pengaruh psikologi, situasi, dan sosial.<sup>21</sup> Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Salah satu bank yang menerapkan layanan *mobile banking* untuk memudahkan dalam bertransaksi keuangan adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger bank syariah BUMN yaitu, Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah yang mulai beroperasi pada tanggal 01 Februari 2021. Adanya merger 3 bank syariah BUMN ini, menjadikan Bank Syariah Indonesia masuk ke dalam daftar *World Best Bank 2021* menurut Forbes (2021).<sup>22</sup> Dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) berdampak baik bagi dunia perbankan, khususnya dalam hal bisnis menjadi lebih efisien dan kompetitif (*economies of scale*), perluasan diversifikasi usaha, memiliki kapasitas untuk pembiayaan dan kinerja

---

<sup>21</sup> Usman Efendi, “*Psikologi Konsumen*”, Depok: PT Rajagrafindo Persada

<sup>22</sup> FORBES: World’s Best Bank 2021, 13 April 2021, <https://www.forbes.com/worlds-best-banks>

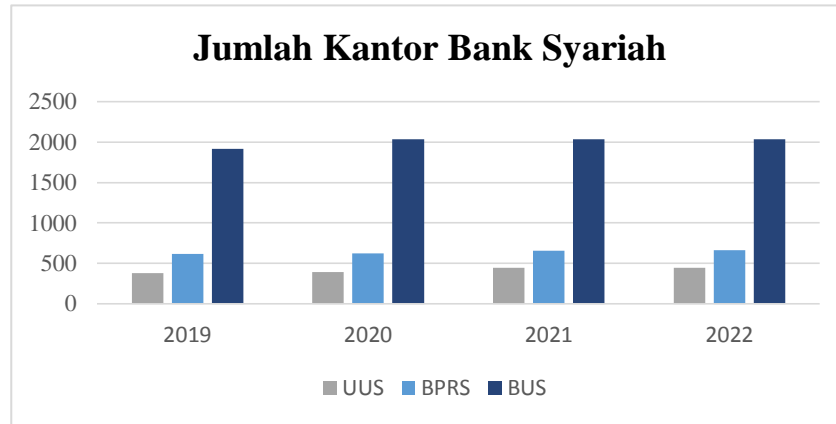


keuangan yang lebih baik.<sup>23</sup> Tumbuh pesatnya industri keuangan syariah ditandai dengan meningkatnya jumlah kantor bank syariah yang tersebar dari berbagai daerah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan<sup>24</sup>, sampai Februari 2022 jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 198 bank syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berikut ini perkembangan bank syariah berdasarkan jumlah kantor:

---

<sup>23</sup> Wiyono, 'Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah', *Cakrawala Hukum*, 23.01 (2021), 95–110. H, 72

<sup>24</sup> 'Statistik Perbankan Syariah - Januari 2021', *Ojk.Go.Id*, 2022 <<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Februari-2022.aspx>> [accessed 26 March 2022].



**Gambar 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah**

Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan *mobile banking* kepada para nasabah yang bernama *BSI Mobile*. *BSI Mobile* merupakan aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi dengan cara yang aman, cepat dan mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja.<sup>25</sup>

Menurut Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi, menyampaikan bahwa peningkatan transaksi pada *BSI mobile banking* sebesar 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi.<sup>26</sup> Peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia dalam berbelanja di *e-commerce*. Dalam menjaga

<sup>25</sup> BSI Mobile: Berita BSI Mobile, (2021). <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/digital-banking>

<sup>26</sup> CNBC Indonesia: Negara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia melesat 98%, 23 Agustus 2021, [www.cnbcindonesia.com/syariah](http://www.cnbcindonesia.com/syariah)

pertumbuhan, Bank Syariah Indonesia akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna BSI Mobile yang menembus 2,5 juta pengguna.<sup>27</sup> Akan tetapi, fakta yang terjadi bahwa transaksi melalui mobile banking sebelum merger 3 bank BUMN syariah dilakukan lebih meningkat dibanding sesudah dilakukan merger menjadi Bank BSI. Pada tahun 2020 di masa pandemi covid-19, Bank BRI Syariah mengalami peningkatan transaksi melalui aplikasi mobile BRIS Online sebesar 11,5 juta transaksi,<sup>28</sup> Bank BNI Syariah melalui aplikasi BNIS Mobile Banking tercatat sebesar 33,8 juta transaksi,<sup>29</sup> sedangkan Bank Mandiri Syariah melalui aplikasi Mandiri Syariah Mobile sebanyak 24 juta transaksi.<sup>30</sup> Berdasarkan data tersebut, bahwa 3 bank syariah tersebut telah mencapai 69,3 juta transaksi melalui mobile banking. Adanya merger 3 bank BUMN syariah menjadikan transaksi melalui mobile banking pada Bank BSI mengalami penurunan sebesar 33% pada tahun 2021 dari sebelum adanya merger yakni di tahun 2020. Penurunan ini disebabkan karena masih banyaknya nasabah yang belum bermigrasi dari bank syariah tersebut menjadi Bank BSI, sehingga aplikasi *mobile banking* tidak bisa digunakan untuk bertransaksi.

---

<sup>27</sup> BSI: BSI Jadikan Mobile Banking sebagai Lokomotif Pengembangan Ekonomi Syariah, 01 Oktober 2021, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi>

<sup>28</sup> DetikFinance: Saat Pandemi, BRI Syariah Catat 78,6 % Transaksi dari Mobile Banking. 02 Juni 2020, <https://finance.detik.com/moneter/d-5037558/saat-pandemi-bri-syariah-catat-786-transaksi-dari-mobile-banking>

<sup>29</sup> Liputan6 : Transaksi Mobile Banking BNI Syariah Naik 119 Persen, 06 November 2020, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4401499/transaksi-mobile-banking-bni-syariah-naik-119-persen>

<sup>30</sup> Infobanknews: Pengguna Mandiri Syariah Mobile Capai 1,1 Juta, 06 Maret 2020, <https://infobanknews.com/pengguna-mandiri-syariah-mobile-capai-11-juta/>

Berdasarkan data penurunan transaksi menggunakan *mobile banking* sesudah merger menjadi Bank BSI, hal tersebut membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan BSI *Mobile* terhadap pengambilan keputusan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia melalui minat sebagai variabel intervening. Penelitian terkait keputusan menggunakan *mobile banking* telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu yang sepadan dengan penelitian ini.

Penelitian terdahulu terkait penelitian ini salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap 80 nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boyolali. Hasil penelitian tersebut bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.<sup>31</sup>

Hasil penelitian dari Rozi dan Ziyad terkait “ Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN”. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda

---

<sup>31</sup> Tirtana and Sari. H, 671-678

terhadap 100 nasabah bank BTN KC Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BTN.<sup>32</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti ingin meneliti minat masyarakat Kota Bekasi pengguna BSI *Mobile* dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini membatasi lingkungannya di Kota Bekasi yang merupakan salah satu daerah penyangga ibu kota<sup>33</sup> dengan jumlah penduduk mencapai 2,5 juta jiwa yang tersebar di 12 kecamatan.<sup>34</sup> Dilansir dari data Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, bahwa mayoritas agama masyarakat Kota Bekasi adalah Islam.<sup>35</sup> Namun kebanyakan masyarakat masih menggunakan jasa bank konvensional dan belum menjadi nasabah bank syariah meskipun bank syariah memiliki keunggulan dengan mayoritasnya penduduk muslim di Bekasi.<sup>36</sup> Dengan adanya Bank Syariah Indonesia yang ingin menjadi pelaku utama dalam mendorong dan menumbuhkan ekonomi syariah di

---

<sup>32</sup> Fahrul Rozi and Mohammad Ziyad, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN', *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.2 (2019), 92–102 <<http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>>.

<sup>33</sup> Putra Purnama, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Muzaki Membayar Zakat : Sebuah Survey Pada Masyarakat Kota Bekasi', *Maslahah*, 7.1 (2016), 101. H, 100

<sup>34</sup> <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/12/56/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020.html>

<sup>35</sup> <https://bekasikota.bps.go.id/statictable/2016/12/20/43/jumlah-penduduk-menurut-agama-.html>

<sup>36</sup> Silviana and Purnama, 'Model Aida Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengambang Perbankan Syariah (Survei Masyarakat Di Kota Bekasi)', *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13.1 (2017), 10–21 <<https://doi.org/10.33830/jom.v13i1.19.2017>>. h, 14

Indonesia.<sup>37</sup> Diharapkan sebagai peluang untuk masyarakat Kota Bekasi terhadap minat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menguji variabel minat sebagai variabel intervening. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.<sup>38</sup> Untuk menguji pengaruh variabel intervening peneliti menggunakan metode *path analysis* (analisis jalur) yaitu suatu metode yang mengkaji urutan sebab akibat antara sejumlah variabel dalam suatu model penelitian. Tujuan *path analysis* adalah untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel akibat.<sup>39</sup> Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu dengan menggunakan sampling *purposive* (bertujuan). Teknik ini dipilih karena responden yang diteliti sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>40</sup> Jumlah sampel yang akan diambil untuk menjawab pertanyaan penelitian ini sebanyak 100 orang responden berupa masyarakat Kota Bekasi pengguna BSI *Mobile*. Sesuai

---

<sup>37</sup> BSI: BSI Didaulat sebagai The Strongest Islamic Bank 2021, 12 November 2021, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-didaulat-sebagai-the-strongest-islamic-bank-2021>

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2018). H, 40

<sup>39</sup> Sudaryono, 'Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian', *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17.4 (2011), 391 <<https://doi.org/10.24832/jpnk.v17i4.36>>. h, 402

<sup>40</sup> Sugiyono. 84

dengan tujuan penelitian, maka analisis data yang akan digunakan adalah metode *path analysis* dengan menggunakan *Software SPSS Statistic Versi 25*.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti ingin meneliti terkait pengambilan keputusan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia pada penggunaan *BSI Mobile*. Maka dari itu, peneliti memilih topik penelitian dengan judul “Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui *BSI Mobile*”.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya kasus kebocoran data pribadi menyebabkan adanya sikap ketidakpercayaan masyarakat pada sistem keamanan transaksi *mobile banking*.
2. Masih banyak masyarakat yang belum paham mengenai kemudahan penggunaan bertransaksi *mobile banking*.
3. Rendahnya minat masyarakat bertransaksi di bank syariah.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian tidak keluar dari pembatasan masalah yang sebenarnya. Berdasarkan identifikasi masalah,

maka guna membuat lebih jelas arah serta objek yang akan dibahas, penelitian ini hanya membahas terkait analisis jalur pengaruh pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*. Penelitian ini membahas terkait *BSI Mobile* dikarenakan *BSI Mobile* mengalami peningkatan sebesar 97,4% atau sebanyak 46,4 juta transaksi pada periode Juli tahun 2021. Penelitian ini mengambil sampel pengguna layanan *BSI Mobile* yang berdomisili di Kota Bekasi.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
2. Apakah keamanan memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
3. Apakah kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
4. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
5. Apakah keamanan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?



6. Apakah kemudahan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
7. Apakah minat memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
8. Apakah kepercayaan melalui minat memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
9. Apakah keamanan melalui minat memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?
10. Apakah kemudahan melalui minat memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile* ?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile*
2. Pengaruh keamanan terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile*
3. Pengaruh kemudahan terhadap minat bertransaksi melalui *BSI Mobile*
4. Pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*
5. Pengaruh keamanan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*

6. Pengaruh kemudahan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*
7. Pengaruh minat terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*
8. Pengaruh kepercayaan melalui minat terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*
9. Pengaruh keamanan melalui minat terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*
10. Pengaruh kemudahan melalui minat terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Bagi akademisi dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca serta menambah literatur keilmuan tentang pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan *BSI Mobile* terhadap minat pengambilan keputusan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberi manfaat berupa tambahan pengetahuan yang lebih mendalam tentang bank syariah khususnya terkait penggunaan *mobile banking*.

- b. Bagi bank syariah, penelitian ini memberikan manfaat dan masukan bagi para pengambil keputusan di bidang perbankan syariah dalam mengelola sistem layanan *mobile banking* dalam meningkatkan privasi agar nasabah semakin percaya pada layanan *mobile banking*.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk mengetahui informasi layanan *mobile banking* di bank syariah.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri atas lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang relevan, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan pembahasan yang terdiri dari gambaran secara keseluruhan tentang analisis jalur pengaruh pengambilan keputusan bertransaksi melalui *BSI Mobile*.

#### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari pembahasan yang dilakukan penulisan pada bab sebelumnya serta saran yang direkomendasikan oleh penulis kepada instansi yang terkait.