

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dan beragam dewasa ini telah membawa perubahan besar terhadap berbagai sektor kehidupan kita. Dunia bisnis dan keuangan pun tak luput dari pengaruh teknologi digital tersebut. Menurut Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia (BI) Filianingsih Hendarta, Penetrasi digital di Indonesia saat ini berjalan dengan sangat masif. Terlihat dari data yang menunjukkan Indonesia sebagai pengguna internet terbesar keempat di dunia dengan total 171,26 juta pengguna atau 63,54% dari total penduduk (Kencana, 2020). Dengan pengguna digital yang sangat banyak di Indonesia menyebabkan kebutuhan masyarakat dalam bidang keuangan semakin kompleks dan harus mampu mengikuti perkembangan zaman yang ada termasuk dalam bidang teknologi.

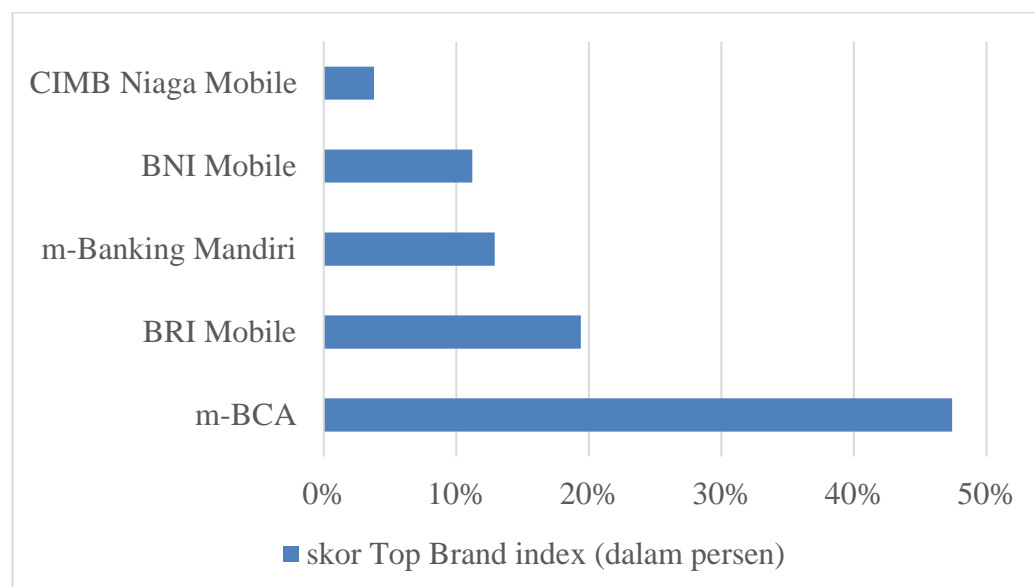
Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat yang kompleks dalam bidang keuangan, Bank dan Lembaga Keuangan menyediakan beberapa layanan digital salah satunya adalah layanan *Mobile banking*. Layanan *Mobile banking* ini disediakan untuk mendukung operasional perbankan dan memudahkan nasabah melakukan transaksi (OJK, 2015). Perilaku nasabah terhadap praktek perbankan juga telah berkembang dengan nasabah yang menghargai kemudahan dari ATM, *Mobile banking*, dan layanan elektronik lainnya yang tersedia.

Digitalisasi di perbankan syariah harus masuk ke produk atau layanan, dan juga model bisnis. Di era sekarang ini, frekuensi transaksi *online* semakin meningkat. Terlebih lagi di era Covid-19 di mana semua bisnis mulai merambah ke platform *online* sehingga semakin meningkatkan kebutuhan transaksi *online*, sehingga membutuhkan sistem perbankan yang cepat dan aman. Oleh karena itu, sangat penting bagi bank syariah untuk melakukan investasi infrastruktur IT yang masif untuk meningkatkan performa digital banking dengan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dalam bertransaksi melalui *online banking* dan *Mobile banking* (Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah (PEBS), 2021).

Menggunakan layanan *Mobile banking* di tengah pandemi membuat nasabah membatasi interaksi sosialnya dan pada akhirnya ini dapat membantu memutus rantai penyebaran virus. Melalui *Mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone* kapan saja dan di mana saja yang nasabah mau selama memiliki *smartphone* yang terhubung dengan internet (Jalin, 2021).

Unduhan aplikasi *Mobile banking* di Indonesia tumbuh 7% pada tahun 2020, pertumbuhan di dominasi oleh pengguna baru dengan pertumbuhan 2-5 kali lebih cepat (Vion, 2021). Saat memilih *Mobile banking*, para konsumen di Indonesia akan mempertimbangkan keramahan produk, harga yang mencakup biaya dan bunga, fitur yang melayani tujuan pengguna, dan kualitas akan layanan pelanggan (*customer service*). Oleh karena itu *Mobile banking* perlu memprioritaskan asumsi nilai yang melayani kebutuhan pelanggan yang sebenarnya. Bagi perbankan, pertumbuhan ini merupakan peluang besar yang harus terus dipantau dan perlu dikelola dengan baik agar dapat terus menghasilkan layanan *Mobile banking* yang semakin diminati dan digunakan oleh nasabah.

Menurut survei yang digelar Top Brand Award, berikut ini adalah daftar 5 *mobile banking* terpopuler di Indonesia:



Gambar 1.1 Grafik Aplikasi *Mobile banking* Terpopuler di Indonesia 2022

Sumber: Top Brand Award, Juni 2022

Berdasarkan survei *Top Brand Award* pada Juni 2022 *Mobile banking* milik Bank Central Asia (BCA), yaitu m-BCA, memperoleh skor TBI sebesar 47,4%, tertinggi dibanding para pesaingnya. Di peringkat kedua ada BRI *Mobile* dengan skor TBI 19,4%. Diikuti m-banking Mandiri 12,9% dan BNI *Mobile* 11,2%. Sementara itu, CIMB Niaga *Mobile* tercatat memiliki skor TBI terendah dalam daftar ini, yakni 3,8% (Annur, 2022). Adapun salah satu *mobile banking* syariah masuk kedalam 20 besar jika dilihat dari jumlah pengguna dan ratingnya, yaitu BSI *Mobile* yang berada pada urutan ke 11. Aplikasi BSI *Mobile* telah diunduh lima juta lebih pengguna dan mendapat rating 3,9/5 dengan jumlah review mencapai 109 ribu (Susanto, 2023).

Jika dilihat dari fenomena di atas, posisi *Mobile banking* terpopuler di Indonesia mayoritas ditempati oleh bank konvensional. Hal ini mencerminkan bahwasanya jika dibandingkan dengan *Mobile banking* di bank konvensional, *Mobile banking* di bank syariah masih kalah populer di kalangan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat ketua Ketua Asosiasi *Fintech* Syariah Indonesia (AFSI) Ronald Wijaya, menurutnya hingga saat ini *fintech* syariah masih menghadapi tantangan, salah satunya ialah infrastruktur yang lebih terbatas jika dibandingkan dengan *fintech* konvensional. Apabila dibandingkan dengan *fintech* konvensional, Ronald berpendapat *fintech* syariah masih kurang populer. Hal itu disebabkan pada saat yang bersamaan *fintech* konvensional mengalami pertumbuhan yang lebih cepat. Lebih lanjut ia mengatakan *fintech* konvensional dinilai lebih praktis, sementara *fintech* syariah harus melewati proses yang detail serta apabila terdapat penggalangan dana, informasi yang diberikan juga harus lengkap (Fadila, 2020).

Perbankan syariah berhasil mencatat pertumbuhan di atas rata-rata perbankan konvensional dan perbankan nasional. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) mengungkap data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pangsa pasar keuangan syariah baru mencapai 10,11% pada April 2021. Sementara, total aset keuangan syariah, tidak termasuk saham syariah senilai Rp1.899,09 triliun pada periode yang sama (Makki, 2021). Adapun aset perbankan syariah per April 2021 sebesar Rp609 triliun, naik dari posisi akhir 2020 yakni Rp608,9 triliun. Meski bertambah, angka itu baru mencapai 6,5% *market share*

perbankan Indonesia, di samping itu sektor perbankan syariah harus berpacu dengan pelbagai perubahan yang ada.

Selain hal tersebut, indeks literasi dan inklusi bank syariah sampai 2020 masih di bawah perbankan nasional. Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan atau OJK Wimboh Santoso menyebut indeks literasi keuangan syariah di Indonesia masih rendah. Indeks perbankan syariah hanya mencapai 8,93 %, tertinggal jauh jika dibandingkan dengan perbankan nasional yang mencapai 38,03% (Rosana, 2021). Kondisi ini juga diikuti oleh inklusi keuangan syariah yang masih tergolong lemah. OJK mencatat inklusi keuangan syariah sampai 2020 baru berkisar 9,1%, tertinggal jauh dari inklusi nasional yang telah menyentuh 76,10%. Selain itu, bank syariah juga memiliki keterbatasan jaringan terlihat dari jumlah outlet sebanyak 2.332 pada Juni 2020, jauh dari bank konvensional sebanyak 28.775. Ketua Umum Perkumpulan Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) Toni EB Subari pernah mengatakan bahwa perbankan syariah berpeluang untuk terus bertumbuh, dengan literasi dan digitalisasi menjadi kunci pengembangannya bagi perbankan syariah (Alfi, 2020).

Selain permasalahan infrastruktur, *Mobile banking* kerap kali masih menghadapi permasalahan sistem sehingga mengganggu transaksi nasabah. Seperti kasus *Mobile banking* BCA pada 12 Agustus 2019 di mana banyak nasabah yang gagal melakukan transaksi disebabkan masalah sistem. Menurut Direktur PT Bank Central Asia Tbk (BCA) Santoso masalah layanan *Mobile banking* BCA kemarin terjadi karena meningkatnya transaksi pada layanan rekening atau akun virtual yang tidak diperkirakan manajemen, sedangkan kapasitas sistem kurang memadai (Antara, 2019). Oleh karena itu kapasitas transaksi digital perbankan yang jauh lebih baik, agar permasalahan gagal transaksi tidak terjadi kembali dan dapat memudahkan transaksi nasabah.

Direktur *Finance, Strategy & Treasury* Mandiri Syariah Ade Cahyo Nugroho mengatakan, meskipun pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah masih sekitar 6%, tapi pertumbuhan kinerjanya masih bagus (Sahara, 2020). Bank umum syariah adalah lembaga keuangan yang menggabungkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dengan operasi perbankan konvensional. Adapun yang termasuk Bank Umum Syariah adalah Bank Muamalat, Bank Mega Syariah, Bank Syariah Alya Fidzry, 2023

STUDI TENTANG MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING SYARIAH DI BANK UMUM SYARIAH PADA 5 KOTA BESAR PERAIH PENGHARGAAN SMART CITY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bukopin, Bank Panin Dubai Syariah, Bank Victoria Syariah, BCA Syariah, BJB Syariah, Bank Aladin Syariah, BTPN Syariah, Bank Aceh Syariah, BPD Nusa Tenggara Barat Syariah dan Bank Syariah Indonesia (Syariah Pedia, 2022).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mencatat pengguna BSI *Mobile* hingga kuartal I 2023 telah mencapai 5,18 juta (Ardianto, 2023). Direktur Information Technology BSI Achmad Syafii menerangkan, adopsi digital masyarakat terus berkembang pesat. Layanan mobile banking BSI Mobile terus membuktikan manfaat bagi pengguna dan perusahaan. Adapun *mobile banking* BCA Syariah menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Per Maret 2023, jumlah transaksi mencapai 1,8 juta transaksi atau meningkat 41,5 persen dengan pertumbuhan jumlah pengguna mobile banking sebesar 25,9 persen dibandingkan periode sebelumnya (Putranto, 2023). Begitupun dengan pengguna *mobile banking* di Bank Mega Syariah hingga akhir tahun 2022 menunjukkan pertumbuhan positif dengan dengan meningkatnya jumlah pengguna aplikasi M-Syariah sebesar 78,7% (Sari, 2023).

Selain itu, Bank Muamalat menyatakan bahwa telah terjadi pergeseran kebiasaan nasabah Muamalat menjadi lebih aktif menggunakan layanan digital, dan semakin sedikit yang datang ke kantor cabang. Hal itu terlihat dari transaksi digital yang dilakukan nasabah selama pandemi Covid-19 mencapai 60% dari total sekitar 2 juta transaksi per bulan. Padahal, porsi transaksi digital sebelum pandemi hanya sekitar 30% dari total transaksi (Media Digital-Bisnis.com, 2020).

Dapat dilihat dari data-data di atas bahwa kinerja digital bank syariah setelah pandemi covid 19 mengalami kenaikan. Namun, untuk menghadapi ancaman resesi perbankan syariah perlu melakukan inovasi digital. Untuk itu, bank syariah perlu mempercepat inovasi digital agar bisa bersaing mengambil berbagai peluang. (Sahara, 2020) Kondisi setelah covid 19 ini menyebabkan masyarakat menerapkan new normal dalam aktivitas sehari-harinya termasuk ekonomi. Penerapan new normal ini menerapkan adanya sosial distancing dan juga mengurangi transaksi uang tunai sehingga para masyarakat mulai beralih ke keuangan digital dalam bertransaksi. Dalam upaya menghadapi fenomena setelah pandemi covid 19 dalam langkah menghadapi ancaman resesi bank syariah berperan sebagai fasilitator dalam proses pemulihan ekonomi, khususnya melayani

Alya Fidzry, 2023

STUDI TENTANG MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING SYARIAH DI BANK UMUM SYARIAH PADA 5 KOTA BESAR PERAIH PENGHARGAAN SMART CITY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kebutuhan transaksi finansial melalui inovasi digital (Alfi, 2020). Selain itu inovasi digital ini juga bisa dimanfaatkan untuk membuka akses keuangan ke daerah-daerah yang belum terjangkau.

Fokus pengembangan digitalisasi telah dimulai sejak 2018. Achmad Syafii, Direktur IT, *Operations & Digital Banking* Mandiri Syariah, menyampaikan perseroan terus melakukan pengembangan dan peningkatan infrastruktur digital agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah terlebih di tengah situasi pandemi Covid-19. Penerapan digital yang lebih masif juga menjadi salah satu fokus OJK dalam arah pengembangan keuangan syariah ke depan. Ketua Dewan Komisioner OJK Wimboh Santoso menyampaikan pandemi telah mempercepat proses digitalisasi dalam ekosistem ekonomi syariah dalam rangka memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat (Alfi, 2020). Salah satu bentuk proses digitalisasi yang dilakukan oleh perbankan syariah adalah dengan menyediakan fasilitas *Mobile banking*.

Menurut Rahmawati dan Dhalilah (2019), *Mobile banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Banyaknya nasabah yang ingin melakukan transaksi dengan cepat dan menghemat waktu menjadikan nasabah berminat untuk menggunakan *Mobile banking* (Hambali, Akhirson, & Wijayanti, 2011). Namun pada kenyataannya manfaat dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi *Mobile banking* tidak selalu sesuai dengan minat nasabah. Minat untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini *Mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah persepsi-persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *Mobile banking*.

Teori yang menjelaskan mengenai penerimaan terhadap suatu teknologi adalah teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Berdasarkan teori TAM yang dikembangkan oleh Davis dan Venkatesh (2000) menyatakan bahwa minat untuk menggunakan teknologi didasarkan pada dua keyakinan, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Jogiyanto (2007) minat perilaku merupakan tindakan, reaksi atau kegiatan nyata yang dilakukan. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Dewi & Warmika, 2016). Persepsi kemudahan (*perceived Ease*

Alya Fidzry, 2023

STUDI TENTANG MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING SYARIAH DI BANK UMUM SYARIAH PADA 5 KOTA BESAR PERAIH PENGHARGAAN SMART CITY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

of Use) merupakan suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Beberapa bukti empiris menyatakan adanya pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *Mobile banking*. Diantaranya hasil penelitian Saputro dan Sukirno (2013) menyatakan semakin mudah tingkat penggunaan *Mobile banking* maka akan meningkatkan minat penggunaan *Mobile banking*. Beberapa penelitian lain menyatakan hal yang sama, seperti penelitian Amit Shankar (2016), Suci (2019), Jovita dan Osly (2019) meneliti terkait variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Mobile banking*. Penelitian-penelitian tersebut menyatakan bahwa terhadap pengaruh yang positif antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Mobile banking*.

Namun beberapa penelitian lain menyatakan hal yang berbeda. Menurut hasil penelitian Imam (2016) dan Margaretha dan R. Gunawan (2020) terdapat pengaruh negatif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Mobile banking*, dengan kata lain semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka akan semakin turun minat dalam menggunakan *Mobile banking*. Sedangkan penelitian Rahmawaty (2012) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berhubungan dengan minat perilaku penerimaan produk *internet banking*.

Selain kemudahan penggunaan, nasabah akan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat atau *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Dewi & Warmika, 2016). Beberapa bukti empiris menyatakan adanya pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *Mobile banking*. Seperti penelitian Amit Shankar (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Mobile banking*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semakin bermanfaat *Mobile banking* maka nasabah akan semakin berminat untuk menggunakannya. Beberapa penelitian lain menyatakan hal yang sama, seperti

penelitian Imam (2016), Rahmawaty (2012) menyatakan bahwa terhadap pengaruh yang positif antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Mobile banking*.

Namun beberapa penelitian lain menyatakan hal yang berbeda. Menurut hasil penelitian Suci (2019) persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile banking*. Hal ini terjadi karena nasabah masih kurang mendalami bagaimana cara penggunaan dan kurang percaya dengan layanan *Mobile banking* terutama di kalangan usia lanjut. Menurut penelitian Jovita dan Osly (2019) pun menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *Mobile banking*.

Selain itu, pengamat keamanan siber vaksin.com, Alfons Tanujaya menilai kerentanan *Mobile banking* terletak pada penggunaan layanan ini yang terbilang amat sederhana. Menurutnya, *Mobile banking* dapat menimbulkan potensi eksploitasi rekening oleh pihak tidak bertanggungjawab dan menjadikan pemegang rekening sebagai korban pembobolan dan penipuan (CNN Indonesia, 2020). Tingkat keamanan bertransaksi secara *online* salah satu hal yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan *Mobile banking* (Afghan & Yulianti, 2016). Menggunakan jasa perbankan melalui *Mobile banking* kini mulai menjadi hal lazim bagi kebanyakan orang. Namun, rupanya kemudahan yang dihadirkan oleh sistem keuangan digital sering kali beririsan dengan aspek keamanan, dunia maya merupakan satu tempat yang nyaman bagi para pelaku kejahatan (Ramadhansari, 2021). Meski dapat memudahkan transaksi, *Mobile banking* masih sangat rentan dalam hal keamanan. Oleh karena itu persepsi keamanan juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan *Mobile banking*.

Beberapa bukti empiris yang menyatakan adanya pengaruh signifikan variable keamanan terhadap minat penggunaan *Mobile banking*. Seperti penelitian Jefri, Syamsul dan Benyamin (2020) menyatakan bahwa Persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah Bank BNI dalam menggunakan *Mobile banking* pada BNI cabang Palu. Penelitian Maria dan Rilo (2011) menyatakan hasil yang sama bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif pada penggunaan *Mobile banking* bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta. Namun hasil penelitian Faqih dan Emma (2016) menyatakan hasil yang

Alya Fidzry, 2023

STUDI TENTANG MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING SYARIAH DI BANK UMUM SYARIAH PADA 5 KOTA BESAR PERAIH PENGHARGAAN SMART CITY

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berbeda, penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Adopsi e-banking Bank BRI di Surabaya.

Di sisi lain perbankan syariah menjadi objek penelitian dalam penelitian ini, di mana salah satu faktor yang sangat kuat dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas dari *customer* perbankan syariah di Indonesia adalah religiositas (Wahyuni, Fitriani, & Nainggolan, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor nasabah memiliki loyalitas tinggi terhadap perbankan syariah dan berminat untuk menggunakan salah satu produk dan layanannya adalah karena ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Beberapa ahli ekonomi syariah menyatakan perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat (Zahri & Hafasnuddin, 2016). Religiositas dalam kehidupan individu berperan sebagai suatu nilai mengenai aturan-aturan tertentu yang menjadi berperan sebagai pedoman untuk bersikap dan bertingkah laku. Oleh karena itu peneliti memasukkan variabel religiositas sebagai variabel independen dalam mempengaruhi minat menggunakan *Mobile banking syariah*.

Smart City kini sedang menjadi trend di Indonesia, hal ini merupakan sebuah langkah dalam memajukan kota di suatu negara dengan basis teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Menurut Frost dan Sullivan pada tahun 2014 *Smart City* terdiri dari beberapa indikator yaitu *smart governance, smart technology, smart infrastructure, smart healthcare, smart mobility, smart building, smart energy* dan *smart citizen* (Sudibyoy, 2017). Pada 18 November 2019 dilaksanakan kegiatan Rating Kota Cerdas Indonesia (RKCI) sebagai agenda dwi tahunan. Dalam kategori rating kota menuju cerdas (*Smart City*), 5 kota besar mendapatkan piagam penghargaan yaitu Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang. Menurut Menteri PPN/Kepala Bappenas, Suharso, *Smart City* tidak hanya dibentuk oleh kecerdasan kota, tetapi juga manusia yang hidup di dalamnya. Adapun digitalisasi merupakan bagian dari redesain transformasi ekonomi Indonesia yang inklusif dan berkelanjutan (Permana, 2021). Dapat disimpulkan bahwa sebuah kota dapat menjadi *Smart City* dimulai dari penduduknya yang cerdas, termasuk cerdas dalam menggunakan teknologi yang ada. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait minat

menggunakan *Mobile banking syariah* dengan studi kasus pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, dan Tangerang.

Adapun kebaruan dari penelitian ini adalah subjek penelitiannya yaitu masyarakat kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang selaku kota yang mendapat penghargaan *Smart City* sebagai objek dalam penelitian ini. Kedua, Selain variabel religiositas sebagai variabel independen dalam penelitian ini yang belum banyak digunakan pada penelitian sebelumnya.

Melihat dari fenomena pandemi *covid-19*, penerapan *new normal* menyebabkan masyarakat yang menggunakan digital semakin meningkat. Oleh karena itu perbankan syariah harus mampu melakukan inovasi digital untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan *fintech* syariah salah satunya adalah *Mobile banking*, namun masih terdapat beberapa permasalahan terkait *mobile banking* syariah. Selain itu pada penelitian terdahulu juga, masih ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian tentang persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile banking*. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Studi Tentang Minat Menggunakan Layanan *Mobile banking* Syariah Di Bank Umum Syariah Pada 5 Kota Besar Peraih Penghargaan *Smart City*”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. *Fintech* syariah masih menghadapi tantangan infrastruktur yang lebih terbatas jika dibandingkan dengan *fintech* konvensional (Fadila, 2020).
2. Indeks perbankan syariah dan inklusi keuangan syariah sampai tahun 2020 masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan perbankan dan inklusi nasional (Rosana, 2021).
3. Kapasitas sistem transaksi *Mobile banking* di beberapa perbankan masih kurang memadai dan berakibat pada terganggunya aktivitas transaksi nasabah (Antara, 2019).

4. Tingkat keamanan *Mobile banking* masih terbilang rentan penipuan dan pembobolan (CNN Indonesia, 2020).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana gambaran umum mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, religiositas, dan minat menggunakan *Mobile banking* syariah?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Mobile banking* syariah pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Mobile banking* syariah pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang?
4. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile banking* syariah pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang?
5. Bagaimana pengaruh religiositas terhadap minat menggunakan *Mobile banking* syariah pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan religiositas terhadap minat menggunakan *Mobile banking* syariah Bank Umum Syariah pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kondisi aktual mengenai minat dalam menggunakan *Mobile banking* syariah, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan religiositas pada masyarakat Kota Surabaya, Bandung, Semarang, Batam, Bogor, Tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini yaitu dapat berguna baik untuk akademisi maupun untuk praktisi. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi ilmu pengetahuan di bidang keuangan Islam serta memberikan informasi tambahan terkait beberapa faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam minat menggunakan *mobile banking* syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan dan referensi bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan *mobile banking* syariah, serta dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para *stakeholder* sebagai salah satu rujukan atau acuan yang dibutuhkan dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada masyarakat umum dalam memilih *mobile banking* yang akan digunakan.