

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Teori

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

###### a. Pengertian TAM<sup>1</sup>

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model Penerimaan Teknologi TAM merupakan salah satu kerangka teoritis yang paling sering digunakan untuk menganalisis dan memprediksi penerimaan serta penggunaan sistem informasi atau teknologi baru. Dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989), teori ini berlandaskan pada premis bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru dipengaruhi secara langsung oleh dua faktor kognitif utama, yaitu *Perceived Usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan).

*Perceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya dalam pekerjaan. Konsep ini bukan

---

<sup>1</sup> Fred D. Davis, '*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13.3 (1989), 319–39 (h. 20).

tentang fungsi objektif dari teknologi itu sendiri, melainkan persepsi subjektif pengguna terhadap manfaat yang bisa diperoleh. Dalam konteks penelitian ini, variabel *Perceived Usefulness* diukur berdasarkan keyakinan responden bahwa penggunaan *Mobile banking* Syariah, akan membantu mereka menyelesaikan pekerjaan dengan lebih efektif, meningkatkan produktivitas kerja, dan mempermudah pekerjaan yang sebelumnya sulit atau memakan waktu.

Sementara itu, *Perceived Ease of Use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi tertentu akan bebas dari usaha atau kesulitan. Dengan kata lain, konsep ini mengukur seberapa mudah pengguna merasa dapat berinteraksi dengan teknologi, termasuk proses pembelajaran dan pengoperasiannya. Persepsi ini sangat penting karena jika sebuah sistem dianggap terlalu rumit, pengguna mungkin enggan untuk menggunakannya, terlepas dari seberapa bermanfaatnya sistem tersebut. Dalam penelitian ini, variabel *Perceived Ease of Use* diukur melalui persepsi responden terkait kemudahan dalam mempelajari dan mengoperasikan *Mobile banking* syariah, interaksi yang jelas dan mudah dipahami dengan antarmuka sistem, serta kemampuan untuk

menjadi terampil dalam penggunaan sistem tanpa perlu usaha yang berlebihan.

Menurut Davis (1989), meskipun kedua variabel ini saling berhubungan, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang jauh lebih kuat terhadap niat penggunaan. Menariknya, *Perceived Ease of Use* juga dapat memengaruhi niat penggunaan secara tidak langsung, yaitu melalui pengaruhnya terhadap *Perceived Usefulness*. Artinya, jika sebuah sistem dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung akan menganggapnya lebih bermanfaat, dan pada akhirnya, akan lebih bersedia untuk mengadopsi dan menggunakannya.

#### **b. Relevansi TAM<sup>2</sup>**

Penelitian ini menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) sebagai kerangka teoretis utama untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan *Mobile banking* Syariah. Pilihan ini didasarkan pada kekuatan TAM yang teruji secara empiris dalam memprediksi perilaku adopsi teknologi.

Relevansi TAM diperkuat oleh kemampuannya untuk mengintegrasikan variabel eksternal yang

---

<sup>2</sup> Ahmad Nur Budi Utama, dkk., 'Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking', *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4.1 (2024), 2687–98 (h. 2688)

spesifik, yaitu Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan. Dalam kerangka TAM yang diperluas, kedua variabel ini dapat diposisikan sebagai anteseden yang secara langsung memengaruhi keyakinan inti pengguna. Literasi Keuangan Syariah dihipotesiskan akan membentuk persepsi *Perceived Usefulness*. Mahasantri yang memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip keuangan syariah cenderung lebih mampu mengidentifikasi dan menghargai manfaat yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking* syariah. Kepercayaan, sebagai variabel fundamental, diasumsikan akan memengaruhi baik *Perceived Usefulness* maupun *Perceived Ease of Use*. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan sistem *mobile banking* akan mengurangi risiko yang dirasakan, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari sistem tersebut.

Dengan demikian, penggunaan TAM dalam penelitian ini tidak hanya menyediakan kerangka teoritis yang solid, tetapi juga memungkinkan pembangunan model yang komprehensif, di mana faktor-faktor spesifik konteks seperti Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan dapat secara

sistematis diintegrasikan untuk menjelaskan minat adopsi teknologi finansial di kalangan mahasiswa.

## **2. Perbankan Syariah dan *Mobile banking* Syariah**

### **a. Pengertian Perbankan Syariah**

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, pasal 1, "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dengan cara lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat." Dalam undang-undang No. 21 tahun 2008 menetapkan definisi perbankan syariah dan bank syariah. Perbankan Syariah mencakup semua yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah, termasuk kelembagaan, operasi, dan prosedur yang digunakan untuk menjalankan bisnis mereka. Bank syariah adalah lembaga yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya, bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).<sup>3</sup>

Secara umum, bank syariah adalah jenis bank yang beroperasi berdasarkan syariat agama Islam. Oleh karena itu, dalam melakukan transaksi, bank syariah

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2011). h. 25

mengikuti tata cara muamalah yang sesuai dengan prinsip agama Islam sedangkan bank komersial lainnya menggunakan sistem perbankan konvensional.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 yang menjadi dasar operasional bank syariah, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ  
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ  
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

*Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> Qur'an Kemenag, 'Al-Baqarah Ayat 275', <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/275> (Diakses, 16 November 2025)

Ayat di atas menjelaskan tentang tentang perilaku riba dan hukumnya dalam Islam. Dalam ayat ini juga menyampaikan ancaman Allah terhadap orang-orang yang melakukan praktik riba dan memberikan perbedaan yang jelas antara jual beli yang diperbolehkan dan riba yang dilarang.

#### **b. Produk dan Layanan Perbankan Syariah**

Berikut ini produk-produk Bank Syariah Indonesia, antara lain:<sup>5</sup>

- 1) Pembiayaan untuk berbagai kegiatan investasi atas dasar bagi hasil terdiri dari:
  - a) Pembiayaan investasi bagi hasil mudharabah, yaitu adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal (*sahib al-mal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seluruh modal dari (*sahib al-mal*) dan keahlian dari (*mudharib*.)
  - b) Pembiayaan investasi bagi hasil musyarakah, yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Yang

---

<sup>5</sup> Sutan Remy Sjahdeini, 'Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya', (Jakarta: Kencana, 2018), h. 180.

masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Disyaratkan bercampur antara harta dari kedua pihak yang bekerja sama sehingga tidak dapat dibedakan harta dari kedua pihak tersebut.

2) Pembiayaan untuk berbagai kegiatan perdagangan atau jual beli terdiri dari:

- a) Pembiayaan salam, yaitu transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Dalam transaksi ini kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan.
- b) Pembiayaan istishna, yaitu transaksi jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang berdasarkan persyaratan tertentu, kriteria, dan pola pembayaran sesuai dengan kesepakatan. Seperti untuk pembangunan proyek perumahan, gedung sekolah, listrik, pertambangan dan lain lain.
- c) Pembiayaan perdangan al-bay' bi thaman ajil atau dikenal sebagai murabahah, yaitu transaksi jual beli di mana bank menyebutkan jumlah

keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Dari pembiayaan perdagangan tersebut, bank akan memperoleh pendapatan berupa (*mark-up*) atau (*margin*) keuntungan.

- 3) Pembiayaan pengadaan barang untuk disewakan atau untuk disewabelikan dalam bentuk sewa guna usaha atau disebut ijarah. Sewa beli atau disebut al-bay' al-takjiri. Ijarah, sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, Bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan oleh nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. Dan al-bay' al-takjiri atau ijarah al-muntahiya bi al-tamlik merupakan penggabungan sewa dan beli, di mana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*financial lease*).
- 4) Keempat pemberian pinjaman tunai untuk kebajikan (al-qard al-hasan) tanpa dikenakan biaya apapun kecuali biaya administrasi berupa segala biaya yang diperlukan untuk sahnya perjanjian utang, seperti bea materai, bea akta notaris, bea studi kelayakan.

Dari pemberian pinjaman al-qard al-hasan, bank akan menerima kembali biaya administrasi.

- 5) Kelima Fasilitas perbankan umumnya yang tidak bertentangan dengan syariah, seperti penitipan dalam dalam rekening lancar (*current account*), dalam bentuk giro wadi'ah yang diberi bonus dan jasa lainnya untuk memperoleh balas jasa (*fee*), seperti pemberian jaminan (al-kafalah), pengalihan tagihan (al-hiwalah), dan lain-lain. Dari pemakaian fasilitas tersebut bank akan memperoleh berupa *fee*.

### c. Pengertian *Mobile banking* Syariah

*Mobile banking* syariah adalah layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah bank syariah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*, seperti smartphone, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah Islam. Layanan ini mencakup fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk keuangan syariah, serta transaksi ibadah seperti zakat dan wakaf secara digital. *Mobile banking* syariah bertujuan untuk memberikan kemudahan, efisiensi, dan akses yang lebih luas kepada nasabah dalam mengelola keuangan sesuai

dengan nilai-nilai Islam tanpa harus datang ke kantor cabang secara fisik.<sup>6</sup>

Penggunaan *mobile banking* syariah semakin berkembang seiring dengan digitalisasi perbankan syariah yang didorong oleh kebutuhan efisiensi dan kenyamanan nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI), misalnya, telah mengembangkan aplikasi *mobile banking* yang inovatif dengan fitur lengkap dan layanan pelanggan 24/7 untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.<sup>7</sup>

#### **d. Keunggulan dan Tantangan *Mobile banking* Syariah**

*Mobile banking* syariah memiliki sejumlah keunggulan yang menjadi daya tarik utama bagi masyarakat, khususnya generasi milenial yang semakin kritis dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan nilai agama dan kebutuhan praktis. Salah satu keunggulan utama adalah sistem transaksi yang bebas riba, karena menggunakan mekanisme bagi hasil (*mudharabah*) atau *fee-based*, sehingga nasabah terhindar dari praktik riba yang dilarang dalam

---

<sup>6</sup> Nasir Tajul Aripin, dkk., '*Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah*', Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 5.1 (2022), 29–45 (h. 32)

<sup>29</sup> Ria Tiffany Tambunan dan M. Irwan Padli Nasution, '*Tantangan dan Strategi Perbankan dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi di Era 4.0*', Sci-Tech Journal, 2.2 (2023), 148-56 (h. 152).

Islam. Selain itu, *mobile banking* syariah menawarkan kemudahan akses layanan kapan saja dan di mana saja, dengan fitur-fitur canggih seperti e-wallet syariah, investasi emas digital, pembayaran QRIS, serta layanan zakat, infaq, dan wakaf secara digital yang semakin memudahkan transaksi sehari-hari.<sup>8</sup>

Namun, di balik keunggulan tersebut, *mobile banking* syariah juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah tingkat literasi digital dan literasi keuangan syariah yang masih perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat memanfaatkan layanan ini secara optimal. Selain itu, keamanan siber menjadi perhatian penting mengingat transaksi keuangan digital rentan terhadap risiko penipuan dan kebocoran data pribadi. Bank syariah harus terus berinovasi dalam memperkuat sistem keamanan dan memberikan edukasi kepada nasabah agar kepercayaan terhadap layanan *mobile banking* syariah tetap terjaga. Tantangan lain adalah kebutuhan untuk menyesuaikan fitur dan layanan dengan preferensi dan kebutuhan pengguna yang beragam, terutama dalam menghadapi

---

<sup>8</sup> Tazkia.ac.id, "*Digital Banking Syariah: Kenapa Millennial Beralih?*", <https://tazkia.ac.id/berita/populer/1297-digital-banking-syariah-untuk-millennial>, (Diakses, 18 Desember 2025)

persaingan dengan layanan perbankan konvensional dan fintech lainnya.<sup>9</sup>

**e. Peran *Mobile banking* Syariah dalam Inklusi Keuangan**

*Mobile banking* syariah berperan penting dalam mendorong inklusi keuangan dengan memperluas akses layanan keuangan berbasis prinsip syariah kepada masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau oleh perbankan konvensional. Melalui aplikasi *mobile banking*, nasabah di daerah terpencil maupun urban dapat melakukan berbagai transaksi keuangan secara mudah dan cepat tanpa harus datang ke kantor cabang. Hal ini sangat membantu meningkatkan keterjangkauan layanan keuangan formal yang menjadi salah satu indikator inklusi keuangan. *Mobile banking* syariah meningkatkan profitabilitas bank syariah sekaligus memperluas akses layanan keuangan, meskipun pengaruhnya terhadap profitabilitas masih perlu dikaji lebih lanjut secara kontekstual.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Detik.com, "Peran *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia di Era Milenial", <https://news.detik.com/kolom/d-6473413/peran-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-di-era-milenial>, (Diakses, 18 Desember 2025)

<sup>10</sup> Maria Mersiana Suri, dkk., 'Peran Aplikasi *Mobile Banking* Dalam Kemudahan Transaksi Harian', EKBIS (Ekonomi & Bisnis), 12.2 (2024), 32127-30 (h. 32129)

Selain itu, integrasi teknologi finansial (*fintech*) dalam perbankan syariah, termasuk *mobile banking*, telah membawa transformasi signifikan dalam aksesibilitas keuangan. *Fintech* Syariah memungkinkan penyederhanaan proses transaksi, penurunan biaya layanan, dan inovasi produk yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga memperluas jangkauan layanan ke segmen masyarakat yang belum terlayani secara optimal. Studi kualitatif terbaru mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* syariah di daerah terpencil mampu mengatasi keterbatasan jaringan cabang fisik dan menurunkan biaya akuisisi nasabah hingga 60%, sekaligus meningkatkan inklusi keuangan di kalangan UMKM dan pedagang mikro.<sup>11</sup>

### **3. Minat**

#### **a. Pengertian Minat**

Fishbein dan Azjen, dalam penelitian Nugroho Jatmiko Jati menjelaskan minat dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) yaitu dasar teori untuk memprediksi perilaku manusia. Fishbein dan Azjen juga menjelaskan bahwa setiap individu atau seseorang mempertimbangkan atas konsekuensi dari setiap tindakan mereka sebelum mereka melakukan perilaku

---

<sup>11</sup> Monika Fitri, dkk., 'Al-A'mal Peran Teknologi Finansial Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Keuangan Pada Perbankan Syariah', *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.1 (2025), 68-76 (h. 71)

tertentu.<sup>12</sup> Dalam *mobile banking* syariah, minat tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga dengan kepercayaan dan kepatuhan terhadap syariat, yang menjadi karakteristik utama layanan ini.

#### **b. Indikator Minat**

Indikator yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* menurut Amijaya (2010) dalam penelitian yang dilakukan oleh Nadila Dwi Febrianti yaitu sebagai berikut:

- 1) Keinginan menggunakan *mobile banking* di masa mendatang
- 2) Kesesuaian penggunaan *mobile banking* dengan kebutuhan
- 3) Dukungan dalam menggunakan *mobile banking*
- 4) Keinginan merekomendasikan *mobile banking*.<sup>13</sup>

#### **c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile banking* Syariah**

Faktor-faktor yang memengaruhi minat individu untuk menggunakan *mobile banking* syariah meliputi:<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Nugroho Jatmiko Jati dan Herry Laksito, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket', Diponegoro Journal of Accounting, 1.2 (2012), 1–15 (h. 2)

<sup>13</sup> Nadila Dwi Febrianti, "Analisis Dimensi Persepsi yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Kasus pada BJB Syariah KCP Ciputat)" (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020)

<sup>14</sup> Mohamad Salman, 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile

- 1) Kesesuaian syariah
- 2) Keamanan
- 3) Kemudahan akses dan penggunaan
- 4) Fitur yang lengkap
- 5) Dukungan pelanggan

**d. Teori yang Relevan**

Untuk menjelaskan fenomena minat dalam penggunaan *mobile banking* syariah, teori yang relevan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini menegaskan bahwa minat pengguna untuk mengadopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dalam konteks *mobile banking* syariah, TAM dapat diperluas dengan menambahkan variabel seperti kepercayaan dan kesesuaian dengan nilai Islam, mengingat aspek religius menjadi pertimbangan penting bagi pengguna. Studi menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan, bersama dengan faktor kepercayaan, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna untuk mengadopsi layanan ini.<sup>15</sup>

---

*Banking pada Bank Syariah*', Perbankan Syariah, 1.2 (2023), 1–15 (h. 7).

<sup>15</sup> Zanuba Qothrun Nada dan Joko Setyono, '*Integration of Technology Acceptance Model in the Use of Mobile Banking Among Millennial Generations of Sharia Bank Customers in Indonesia*', *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 5.1 (2023), 1–15

Dengan demikian, pemahaman tentang minat, faktor-faktor yang memengaruhinya, dan landasan teorinya dapat menjadi dasar untuk merancang strategi yang efektif guna meningkatkan adopsi *mobile banking* syariah di kalangan mahasiswa.

#### **4. Literasi Keuangan Syariah**

##### **a. Pengertian Literasi Keuangan Syariah**

Menurut OJK dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dimiliki individu, yang berperan penting dalam membentuk sikap serta perilaku dalam mengelola keuangan. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang tidak hanya memahami lembaga, produk, maupun layanan jasa keuangan, tetapi juga mampu menggunakan keterampilannya dalam menghitung, menilai risiko, serta merencanakan tujuan keuangan. Selain itu, adanya keyakinan yang kuat terhadap lembaga keuangan dan kemampuan diri dalam mengelola keuangan akan mendorong individu untuk lebih bijak dalam membuat keputusan-keputusan finansial. Pada akhirnya, hal ini berkontribusi pada peningkatan kualitas pengelolaan keuangan yang

berorientasi pada pencapaian kesejahteraan hidup masyarakat secara berkelanjutan.<sup>16</sup>

**Tabel 2.1**  
**Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan**

**Syariah<sup>17</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Literasi Keuangan Syariah	39 %	39 11 %
Inklusi Keuangan Syariah	12,88 %	12,88 %

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024).*

Data pada Tabel 1 menunjukkan tingkat literasi keuangan syariah penduduk Indonesia masih di bawah 40%, yaitu 39% di tahun 2023 dan 39,11% di tahun 2024. Sedangkan jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 87,08%. Artinya, sekitar 48% penduduk muslim Indonesia masih belum memiliki pengetahuan yang baik tentang keuangan syariah. Tingkat literasi keuangan syariah terlihat meningkat dari

---

<sup>16</sup> Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, “*Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*,” (Jakarta: OJK & BPS, 2024), diakses dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id>.

<sup>17</sup> Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Booklet Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

tahun 2023 ke 2024, namun peningkatan yang terjadi hanya sebesar 0,11 % dalam kurun waktu 1 tahun.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil survei SNLIK 2024, Indeks Literasi Keuangan Nasional berada di angka 65,43%, sedangkan Literasi Keuangan Konvensional dan Syariah tercatat di 65,09% dan 39,11%. Sementara itu, Indeks Inklusi Keuangan Nasional mencapai 75,02%, sedangkan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah tercatat di 73,55% dan 12,88%. Angka angka ini memberikan gambaran mengenai seberapa jauh masyarakat Indonesia telah memahami dan mengakses produk keuangan, baik konvensional maupun syariah.<sup>19</sup>

Rendahnya literasi ini menjadi hambatan utama dalam adopsi produk keuangan syariah, termasuk *mobile banking* syariah, yang semakin populer di kalangan generasi muda. Literasi keuangan syariah juga berperan dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan syariah, meningkatkan

---

<sup>18</sup> Pina Wahana, dkk., "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Citra Bank terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan KPR di Bank Tabungan Negara KC Syariah Palembang," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4.2 (2025), 435-60 (h. 437).

<sup>19</sup> Otoritas Jasa Keuangan, 'Booklet Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024', (Jakarta: OJK, 2024), <https://www.ojk.go.id> (Diakses 20 November 2025).

transparansi, akuntabilitas, serta mendukung tujuan maqashid syariah untuk kemaslahatan umat.

#### **b. Indikator Literasi Keuangan Syariah**

Menurut OJK dalam Choerudin et al., 2023, dalam penelitian Dzilma Arij Dzidni, dkk (2025), literasi keuangan dapat diukur menggunakan 3 (tiga) indikator, yaitu:<sup>20</sup>

##### 1) Pengetahuan

Pengetahuan keuangan syariah merupakan aspek kognitif yang mencerminkan sejauh mana individu memahami konsep, produk, dan prinsip keuangan syariah.

##### 2) Keterampilan

Keterampilan merupakan kemampuan praktis seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuannya untuk mengambil keputusan dan mengelola keuangan sesuai prinsip syariah.

##### 3) Keyakinan

Keyakinan merupakan aspek afektif dari literasi keuangan syariah yang menggambarkan rasa percaya diri dan sikap positif seseorang terhadap sistem keuangan syariah.

---

<sup>20</sup> Dzilma Arij Dzidni, dkk, 'Perilaku Finansial Mahasiswa Pendidikan Akuntansi: Peran Literasi Keuangan dan gaya Hidup', Jurnal UMS, 7.1 (2025), 128-44 (h. 131).

### c. Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Syariah<sup>21</sup>

#### 1) Faktor Usia dan Kematangan

Faktor usia digambarkan sebagai elemen yang searah dengan perkembangan literasi seseorang. Seiring bertambahnya usia, seorang individu cenderung memiliki tingkat pemahaman yang lebih baik mengenai keuangan syariah.

#### 2) Latar Belakang Pendidikan

Keilmuan atau fakultas asal mahasiswa membedakan tingkat pemahaman mereka.

#### 3) Tempat Tinggal

Faktor tempat tinggal dilihat sebagai lingkungan sosial yang membentuk perilaku keuangan.

#### 4) Jenis Kelamin

Dalam hal jenis kelamin, laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan dan kemampuan yang sama dalam menyerap informasi keuangan.

### 5. Kemudahan Aplikasi (*Perceived Ease to Use*)

#### a. Pengertian Kemudahan Aplikasi

Kemudahan aplikasi (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor kunci dalam penerimaan

---

<sup>21</sup> Muhammad Novri Arfani, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Mahasiswa UII” (Skripsi, Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, 2023), h 25-27

teknologi, termasuk *mobile banking* syariah. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, *perceived ease of use* didefinisikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.<sup>22</sup>

#### **b. Indikator Kemudahan Aplikasi**

Menurut Yoganda (2017) dalam jurnal penelitian Rukma Ningrum, dkk., beberapa indikator kemudahan penggunaan yaitu:<sup>23</sup>

##### 1) Mudah dipelajari

Teknologi mudah dipelajari agar pengguna dapat dengan mudah memahami perangkat atau program aplikasi.

##### 1. Mudah digunakan

Teknologi yang dimiliki oleh perangkat atau aplikasi yang mudah untuk dioperasikan sehingga pengguna merasa nyaman saat menggunakannya.

---

<sup>22</sup> Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022)

<sup>23</sup> Rukma Ningrum, dkk., 'Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu', *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3.1 (2021), 31-45 (h. 36)

2. Mudah didapatkan

Teknologi dengan mudah didapatkan oleh pengguna yang ingin menggunakan perangkat atau program pada aplikasi tersebut.

**c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Aplikasi**

Menurut teori TAM, ada empat faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi kemudahan yang meliputi: *perceived enjoyment*, *self-efficacy* dan *social influence* atau *subjective norm* yang didefinisikan sebagai

1) Kenikmatan yang Dirasakan (*Perceived Enjoyment*):

Sejauh mana individu merasa senang dan bahagia saat menggunakan aplikasi tersebut. Jika seseorang merasakan kesenangan melalui penerapan teknologi baru, maka persepsi terhadap kemudahannya akan positif.

2) Efikasi Diri (*Self-Efficacy*):

Keyakinan atau penilaian diri seseorang mengenai kemampuannya untuk sukses dalam mengerjakan tugas-tugas tertentu menggunakan sistem tersebut. Konsumen dengan efikasi diri yang kuat akan merasa lebih mudah dalam menyelesaikan tugas seperti mencari barang dan memproses transaksi tanpa bantuan.

- 3) Pengaruh Sosial (*Social Influence*): Tekanan sosial yang dirasakan individu dari lingkungan sekitarnya (seperti teman atau kolega) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Pengaruh sosial ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem informasi.
- 4) Norma Subjektif (*Subjective Norm*): Sejauh mana seseorang percaya bahwa orang-orang yang penting bagi dirinya berpikir ia harus menggunakan sistem tersebut. Norma subjektif merupakan prediktor penting yang memberikan kontribusi utama terhadap persepsi kemudahan penggunaan.<sup>24</sup>

## 6. Kepercayaan (*Trust*)

### a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Kotler, Philip dan Keller, Kevin L (2009) dalam jurnal penelitian Talia Putri Kamila dan Yayuk Sri Rahayu, kepercayaan (*trust*) merupakan tingkat kesiapan suatu perusahaan untuk mengandalkan partner bisnisnya. Kepercayaan dalam konteks ini adalah keyakinan pengguna terhadap keandalan dan keamanan

---

<sup>24</sup> Om Ake Ico Simeru dan Rinabi, "Analisis Faktor-Faktor Kebermanfaatan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Aplikasi Uc Student," *Business Management Journal*, 16.2 (2020), 97-112 (h. 109).

sistem. Apabila performa atau kinerja suatu produk tidak sesuai dengan harapan yang dimiliki, hal ini dapat menimbulkan rasa kekecewaan bagi nasabah. Berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan, keamanan, dan integritas bank syariah sangat berpengaruh pada ketertarikan dan kesediaan mereka untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* syariah di kalangan mahasiswa di Kota Malang. Kepercayaan terhadap institusi perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah menjadi pendorong utama adopsi teknologi ini. Selain itu, kepercayaan terhadap keamanan sistem teknologi informasi juga meningkatkan rasa percaya diri pengguna dalam melakukan transaksi digital.<sup>25</sup>

Dalam penggunaan layanan perbankan *mobile*, banyak pengguna yang tidak menyadari atau memahami potensi ancaman terhadap keamanan dan privasi aplikasi tersebut. Meskipun

---

<sup>25</sup> Talia Putri Kamila dan Yayuk Sri Rahayu, "Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada Mahasiswa di Kota Malang," *Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang*, 5.1 (2024), 49–61 (h. 53).

pengguna belum sepenuhnya memahami tingkat keamanan dan privasi yang ditawarkan oleh *mobile banking*, bank tetap berkomitmen untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan data. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah menjadi sangat penting untuk mendorong mereka dalam melakukan transaksi perbankan. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan keamanan yang diberikan oleh layanan perbankan syariah, maka minat untuk menggunakan *mobile banking* akan semakin meningkat.<sup>26</sup>

#### **b. Indikator Kepercayaan**

Menurut Maharani (2010) dalam penelitian Ary Saputra terdapat empat indikator kepercayaan yaitu:<sup>27</sup>

1. Keandalan, yaitu untuk mengukur tingkat konsisten perusahaan dalam menjalankan usahanya dari awal.

---

<sup>26</sup> Bunga Aulia Khafifa dan Muhammad Muhajir Aminy, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bertais Mandalika," *Jurnal Perbankan Syariah*, 4.1 (2025), 146-162 (h.150).

<sup>27</sup> Ary Saputra, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Religiusitas Masyarakat terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah di Kecamatan Bebesen Aceh Tengah' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), h. 51-52

2. Kejujuran, yaitu bagaimana perusahaan menawarkan atau melakukan promosi produk barang dan jasa kepada konsumennya.
3. Kepedulian, yaitu bagaimana kemampuan perusahaan dalam melayani dengan baik setiap konsumennya.
4. Kredibilitas, yaitu kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan untuk terus meningkatkan kepercayaan konsumennya.

**c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan**

Berdasarkan jurnal karya Yoel Santo Andrianus Sormin dan Usaid Syawahidul Chaq, terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan (*trust*) konsumen.

- 1) Kualitas informasi produk
- 2) Ulasan dan penilaian konsumen
- 3) Reputasi lembaga
- 4) Keamanan transaksi.<sup>28</sup>

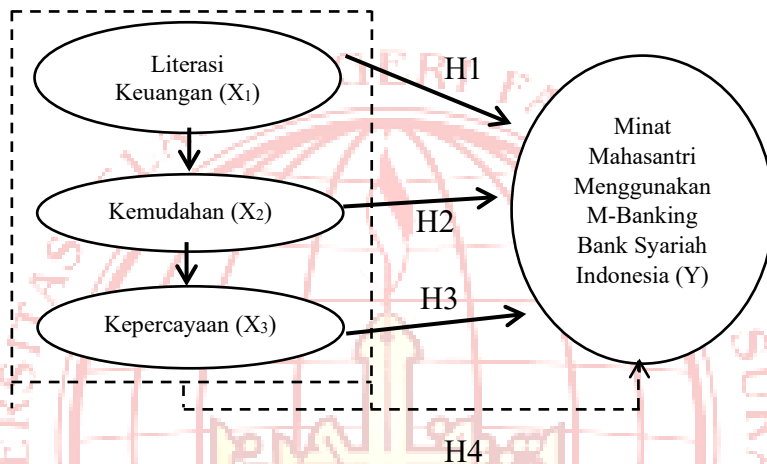
---

<sup>28</sup> Yoel Santo Andrianus Sormin dan Usaid Syawahidul Chaq, 'Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Pakaian Anak di Platform E-Commerce: Pendekatan SEM', *Practice of Fashion and Textile Education Journal*, 5.2 (2025), 15–22 (h. 18).

## B. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan:

1. Variabel Variabel bebas :
  - a. Literasi Keuangan Syariah (X<sub>1</sub>)
  - b. Kemudahan Aplikasi (X<sub>2</sub>)
  - c. Kepercayaan (X<sub>3</sub>)
2. Variabel terikat : Minat (Y)

## C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diteliti sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan pengujian

secara empiris. Berdasarkan teori-teori diatas dapat dirumuskan suatu hipotesis yaitu:

1. Hipotesis 1

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

2. Hipotesis 2

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh antara kemudahan aplikasi terhadap minat mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara terhadap minat mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

3. Hipotesis 3

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UIN

Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap minat mahasantri Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

4. Hipotesis 4

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah, kemudahan aplikasi dan kepercayaan terhadap minat mahasantri Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah, kemudahan aplikasi dan kepercayaan terhadap minat mahasantri Ma'had Al Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia.