

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia dimulai dengan terbitnya kebijakan yang mengatur deregulasi sektor Perbankan pada Oktober 1988. Saat itu, para ulama yang tergabung dalam MUI (Majelis Ulama Indonesia) sedang berupaya untuk mendirikan bank. dengan konsep bebas riba atau pinjaman tanpa bunga. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang mengatur tentang perbankan diterbitkan pada tahun 1992, masih disebut sebagai terminologi Bank yang berfungsi dengan konsep bagi hasil dan belum teridentifikasi sebagai Bank Syariah. Setelah pengesahan undang-undang ini, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah pertama nasional, didirikan (BMI). Beberapa Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dibentuk di pelosok tanah air setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) (Kusumaningtyas & Rahajeng, 2017).

Bank adalah badan usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka menghimpun uang untuk taraf hidup masyarakat, menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998. Indonesia kini memiliki 119 bank, antara lain bank syariah, bank BUMN, bank umum, bank pembangunan daerah, dan bank sentral. Bank swasta meliputi bank campuran, bank asing, bank umum swasta nasional nonasing, dan bank umum swasta nasional yang bergerak di bidang devisa Kusumaningtyas &

Rahajeng (2017). Perekonomian suatu negara sangat bergantung pada Perbankan, yang juga memainkan peran kunci dalam mengumpulkan uang dari masyarakat umum dan mendistribusikannya kembali ke masyarakat setempat. Sebelum munculnya teknologi digital, nasabah harus mengantri di bank dan mengisi sejumlah dokumen untuk setiap transaksi. Tentu saja, ini tidak efektif. Untuk berubah, bank mulai menggunakan teknologi transaksi *online* (Zainul, 2020).

Menurut Jati (2014) Teknologi berperan sangat penting dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya kemajuan teknologi khususnya di dunia maka dapat membuka peluang sosial media *marketing* yang merupakan salah satu cara pemasaran *online* yang sedang berkembang untuk saat ini. Tentunya ini akan menjadi warna pada ranah khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran. Dengan adanya kemajuan teknologi, perbankan mulai menggunakan jaringan internet untuk mempermudah transaksi dengan nasabah. Institusi perbankan dan keuangan telah harus melakukan pengembangan produk berbasis teknologi informasi tersebut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah.

Tujuan utama pengembangan teknologi informasi adalah untuk meningkatkan kualitas, kemudahan, biaya, kecepatan, dan keselamatan hidup manusia di masa depan. Bagaimana bank melayani nasabahnya berdampak besar pada kemampuannya bank bersaing (Zainul, 2020). ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *Mobile banking* dan *E-banking* adalah teknologi perbankan yang saat ini berkembang pesat (Kusumaningtyas & Rahajeng, 2017). Sebelum

pandemi diperoleh data penggunaan *internet banking* yang di ilustrasikan melalui gambar dibawah ini:

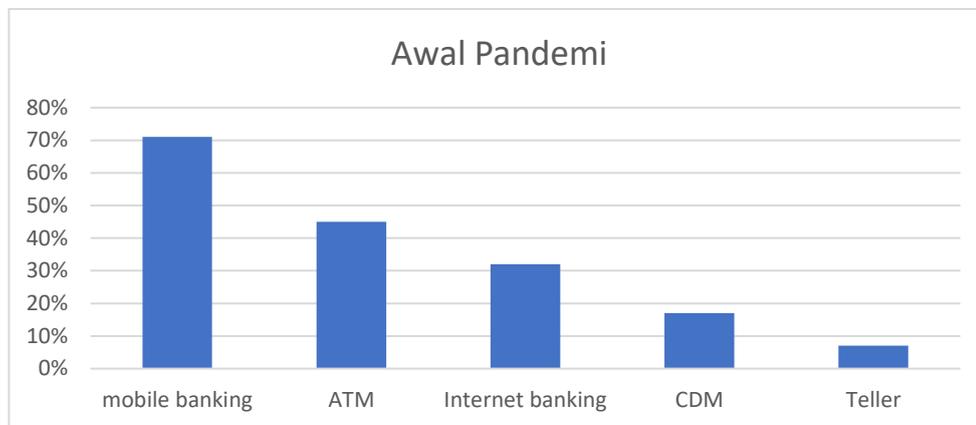
Gambar 1.1 Penggunaan *Mobile Internet*



Sumber: *Jenius Financial Study* (2021)

Data diatas menunjukkan bahwa Pengguna internet di Indonesia naik dari tahun ke tahun sebelum pandemi namun belum begitu pesat, *smartphone* pada tahun 2014 sebesar 19% menjadi 56% pada tahun 2018, internet 2014 sebesar 35% menjadi 57% pada tahun 2018, *saving account* tahun 2014 sebesar 23% menjadi 36% pada tahun 2018, *internet/mobile banking* tahun 2014 sebesar 28% menjadi 30% tahun 2018 dan *digital banking* pada tahun 0,5% menjadi 2% pada tahun 2018.

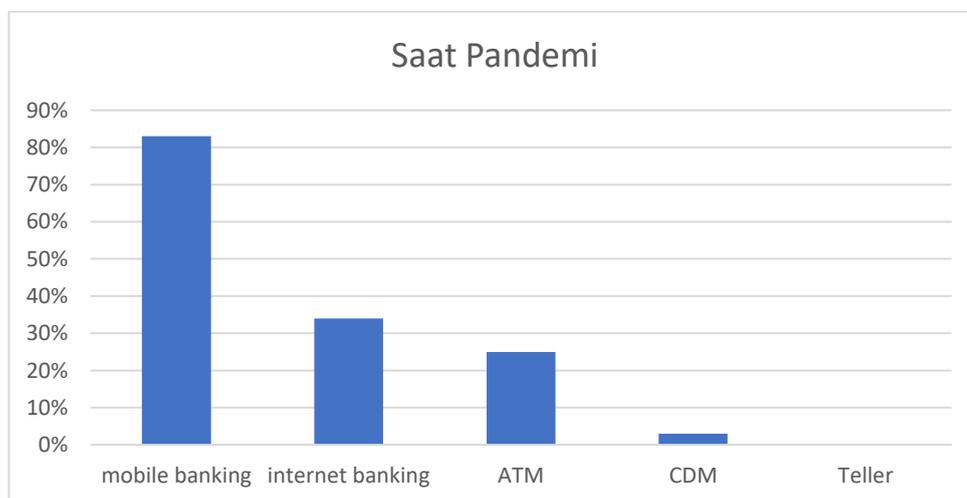
Gambar 1.2 Penggunaan *Mobile Internet* pada masa pandemi



Sumber data: *Jenius Financial Study* (2021)

Berdasarkan gambar 1.2 tertera bahwa pengguna *Mobile Banking* pada awal pandemi pengguna *Mobile Banking* sebesar 71%, ATM sebesar 45%, *internet banking* sebesar 32%, CDM sebesar 17% dan teller sebesar 7%.

Gambar 1.3 Penggunaan *Mobile Internet* masa pandemi saat ini



Sumber data: *Jenius Financial Study* (2021)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pandemi pada tahun 2021/2022 meningkat dari pada awal pandemi ditunjukkan *Mobile Banking* sebesar 83%, *internet banking* 34%, ATM sebesar 25%, CDM sebesar 12%

dan teller sebesar 3%. Sebelum pandemi masyarakat menggunakan teknologi bukanlah suatu keharusan namun saat pandemi menyerang menjadi suatu keharusan pada zaman ini karena dapat mengurangi interaksi. Maka nasabah pun akan memutuskan menggunakan fasilitas *internet banking* tersebut (Azizi, 2016).

Digital teknologi dianggap penting karena dapat mempermudah dan mempercepat transaksi. Dengan demikian peningkatan dilihat dari sebelum pandemi menggunakan teknologi sudah cukup baik tetapi masih menggunakan tunai akan tetapi pada masa pandemi membuat masyarakat dekat dengan teknologi sehingga orang lebih mengandalkan teknologi pada masa pandemi.

Pembayaran nontunai melalui ATM, kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik (UE) meningkat selama pandemi. Dengan meningkatnya penggunaan alat digital dan platform *e-commerce* akibat pandemi, serta kecenderungan dan penerimaan publik yang meluas terhadap transaksi digital, ekonomi digital, dan keuangan terus berkembang dengan cepat. Pada Desember 2020 terlihat peningkatan nilai transaksi uang elektronik UE sebesar 30,44%. Selain itu, jumlah transaksi keuangan digital terus bertambah. Pada Desember 2020, terdapat 513,7 juta transaksi perbankan digital, meningkat 41,53%, dengan nilai Rp2.775,5 triliun, meningkat 13,91% (Mawarni, 2021).

Membuat keputusan melibatkan pemilihan alternatif-alternatif yang memiliki tiga implikasi: (1) pilihan didasarkan pada logika atau pertimbangan; (2) ada beberapa pilihan untuk dipilih; dan (3) keputusan menggerakkan pembuat keputusan lebih dekat ke hasil yang diinginkan. Sebuah pilihan juga

menandai kesimpulan dari proses berpikir tentang suatu isu atau masalah untuk memilih alternatif sebagai jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut (Maski, 2010).

Anjungan Tunai Mandiri (ATM) memungkinkan nasabah bank untuk memeriksa rekening tabungan mereka dan menarik uang tunai tanpa bantuan "teller" manusia. Nasabah bank yang menggunakan *Mobile banking* dapat melakukan transaksi keuangan menggunakan ponsel atau *smartphone* mereka. Menu yang sudah dapat diakses melalui aplikasi yang diunduh dan diinstal nasabah dapat dimanfaatkan untuk mengakses layanan *Mobile banking*. *E-banking* adalah layanan yang beroperasi melalui keuangan secara *online*, khususnya melalui *web* (Zazat, 2021).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengamati peningkatan 300 persen pada tahun 2021 dalam penggunaan internet dan *Mobile banking*. Konsekuensi pandemi COVID-19 dan pesatnya ekspansi penawaran produk digital perbankan adalah dua di antaranya. "Pertumbuhan transaksi *internet banking* dan *mobile banking* yang meningkat lebih dari 300 persen antara 2016 hingga Agustus 2021, termasuk di sini transaksi *mobile banking* yang meningkat 50% antara 2016 hingga Agustus 2021. Saat ini sudah ada 18 bank yang menawarkan layanan digital *on boarding* atau melakukan transaksi tanpa interaksi tatap muka (Teresia & Kusumastuti, 2022).

Nasabah yang memanfaatkan layanan *internet banking* dan *mobile banking* mengaku kualitas layanan tersebut lebih buruk karena sering mengalami kesulitan dan tidak tersedia saat diakses. meskipun demikian

nasabah mengaku merasa puas karena cek saldo mudah kemudian untuk layanan *e-banking* nasabah merasa pelayanannya perlu diperbaiki. Selanjutnya layanan ATM nasabah mengaku tidak puas karena layanan tidak sebanyak Bank Konvensional selain itu memiliki masalah layanan dengan operasi perbankan, seperti masalah ATM yang diblokir atau kegagalan memproses transaksi, layanan ATM berdampak pada betapa sulitnya mengelola. Pelayanan ATM, *Mobile banking* & *e-banking* dianggap penting karena sesuai dengan perkembangan teknologi yang serba canggih maka ATM, *Mobile banking* dan *e-banking* sangat perlu di era sekarang. Karena sangat penting untuk pertumbuhan bisnis, memiliki nasabah yang senang dan puas akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi kinerja bisnis (Lailiah, 2021).

Penelitian Fauziah (2021) “Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah” Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial Religiusitas, Motivasi, dan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. Kemudian secara simultan Religiusitas, Motivasi, dan Teknologi Informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

Dalam Penelitian Chrissandre (2021) “Pengaruh teknologi informasi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah”. Hasil penelitian menggunakan uji t menunjukkan bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk di Bank Syariah, pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk

di Bank Syariah. Hasil uji F menunjukkan bahwa teknologi informasi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk di Bank Syariah.

Perbedaan antara penelitian Fauziah (2021) dengan penelitian Chrissandre (2021) adalah penelitian Fauziah (2021) bahwa secara parsial dan simultan Religiusitas, Motivasi, dan Teknologi Informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. Sedangkan penelitian Chrissandre (2021) bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk di Bank Syariah.

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu Fauziah (2021) membahas Religiusitas, Motivasi dan Teknologi Informasi. Penelitian Chrissandre (2021) teknologinya hanya membahas ATM saja sedangkan peneliti hanya membahas mengenai teknologi dan terfokus kepada variabel ATM, *Mobile banking & E-Banking*. Peneliti ingin menguji Kembali apakah teknologi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti **Pengaruh Teknologi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah Pada Masa Pandemi.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah teknologi ATM, *Mobile banking & E-Banking* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi?
2. Apakah teknologi ATM, *Mobile banking & E-banking* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis teknologi ATM, *Mobile banking & E-banking* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi.
2. Menganalisis teknologi ATM, *Mobile banking & E-banking* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang lebih dalam tentang terutama mengenai keputusan masyarakat menggunakan Bank Syariah di Indonesia.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang Bank Syariah. Sebagai bahan referensi hasil penelitian terhadap pengembangan penelitian pada objek dan kajian yang berbeda.

3. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pengembangan yang dapat dimanfaatkan untuk kebijakan dalam menyusun strategi pemasaran agar menarik nasabah untuk menggunakan Bank Syariah.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat agar lebih baik memahami mengenai Perbankan Syariah.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dapat dijelaskan secara garis besar dengan total 5 bab yang ada didalamnya dan berisikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN.

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan dari masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka teoritis dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN.

Bab ini menjelaskan tentang sumber-sumber data dan analisisnya untuk menjawab permasalahan yang ada dengan metode yang sesuai.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.

Bab ini berisi tentang deskripsi hasil penelitian dan analisis pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti serta implikasi dan keterbatasan penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Syariah

Undang-undang No 21 tahun 2008 Mendefinisikan Bank Syariah adalah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip. Maka terbentuknya sistem ini karena adanya larangan dalam Islam transaksi yang mengandung riba (bunga pinjaman), serta larangan berinvestasi untuk usaha yang terlarang (haram). Bank Syariah beroperasi sesuai dengan ketentuan syariat Islam yang mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadist. Sesuai firman Allah SWT dalam Q.S. An-nisa ayat 161:

وَ أَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ
بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih”. (Q.S An-Nisa: 161).

Sistem Perbankan Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan antara pihak Bank dan masyarakat yang menggunakan produk maupun layanan (OJK, 2017). Menurut Dr. Husein Syahatah, organisasi keuangan Islam yang menawarkan barang dan jasa keuangan, melakukan investasi di berbagai industri sesuai dengan hukum, dan mengejar kemajuan sosial dan ekonomi umat Islam adalah yang dimaksud dengan perbankan Islam.

Perbankan Syariah didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang menjalankan sistem bagi hasil berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992, yang diperbarui dengan UU No. 10 Tahun 1998. Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah, khususnya segala sesuatu yang berkaitan dengan Bank Syariah dan unit usaha, termasuk pendirian, termasuk operasional bisnis, serta protokol dan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya Najib (2017).

Lebih lanjut Produk-produk Bank Syariah menurut Undang-Undang No.10/17/PBI/2008 Mendefinisikan ada beberapa produk Perbankan Syariah yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yaitu berupa tabungan, giro dan deposito. Produk penyaluran dana pada Perbankan Syariah sering disebut dengan pembiayaan dan pelayanan jasa yang diantara adalah sebagai berikut: (a) Penghimpunan dana terbagi menjadi tiga akad yaitu mudharabah, Wadiah. (b) Pelayanan jasa. (c) Penyaluran dana, Akad yang digunakan adalah Murābahah, Salam dan Istishnā' (Siregar, 2017).

B. Teknologi

Menurut Chrissandre (2021) istilah teknologi informasi Pada akhir 1970-an, informasi mulai populer. Istilah "teknologi komputer" atau "pemrosesan data elektronik" pernah digunakan untuk mendeskripsikannya. Teknologi informasi (TI) juga dapat disebut sebagai TI. Gagasan bahwa teknologi informasi mencakup teknologi informasi dan komputer, termasuk perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras dan perangkat lunak yang keduanya merupakan bagian dari teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk membuat komputer atau perangkat lain yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional

rutin. Jelas dari definisi yang diberikan di atas bahwa teknologi informasi, baik dinyatakan secara eksplisit maupun tidak, melibatkan teknologi telekomunikasi selain teknologi komputer. Dengan kata lain, teknologi informasi merupakan perpaduan antara komputer dan teknologi komunikasi.

Technology Acceptance Model (TAM) menegaskan bahwa dua faktor, yaitu keyakinan perilaku dan keyakinan normatif, mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Oleh karena itu, faktor tersebut mendorong seseorang untuk memiliki evaluasi hasil dan motivasi kepatuhan. Akibatnya, kedua faktor tersebut di atas akan mendorong seseorang menyimpang dari norma objektif dan norma subjektif. Setiap sikap atau standar subjektif akan mempengaruhi perhatian atau fokus seseorang ketika melakukan perilaku (*behavior intention*). Pada tahap perilaku selanjutnya, niat akan mulai mempengaruhi tindakan orang lain. Perkembangan TAM untuk menganalisis faktor-faktor penentu penggunaan sistem informasi pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh minat pemanfaatan sistem informasi, yang mana minat tersebut dipengaruhi oleh persepsi tentang kegunaan teknologi (*perceived usefulness*) dan persepsi tentang kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*). Lebih lanjut TAM menguraikan hubungan kausal antara keyakinan (keuntungan sistem informasi dan kegunaannya) dan perilaku, persyaratan, dan pengguna sistem informasi. Tujuan TAM adalah untuk mendefinisikan dan memperkirakan penerimaan pengguna dari sistem informasi akuntansi. Pada TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan antar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan

terhadap minat pengguna TI (teknologi informasi). Teori TAM menjelaskan bagaimana orang yang memanfaatkan teknologi melihat sesuatu. Perspektif pengguna akan mempengaruhi keinginan mereka dalam memanfaatkan TI (Richard, 2021).

TAM sering dianggap sebagai arus penelitian utama untuk mengeksplorasi faktor-faktor penentu perilaku menerima dan menggunakan sistem informasi. Manfaat TAM adalah termasuk instrumen yang dapat diandalkan dengan sifat pengukuran yang sangat baik, keringkasan, dan kekuatan empiris Adi & Permana (2018). Hubungan TAM dengan penelitian ini adalah memahami hubungan antara manusia dengan penerimaan atau pemahaman mengenai teknologi maka setelah penerimaan teknologi, nasabah akan menggunakan teknologi dan memutuskan untuk menggunakan Bank.

Perusahaan berubah sebagai hasil dari pengetahuan dan kemajuan teknologi. Mau tidak mau, bisnis harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan informasi dan teknologi. Akibatnya, terjadi perubahan cara pemasaran barang dan jasa. Perubahan ini juga mempengaruhi sektor Perbankan Syariah. Anda mengharapkan layanan cepat jika menggunakan Bank Syariah sebagai nasabah, tanpa ragu. Oleh karena itu, lembaga (institusi, organisasi) harus dapat menawarkan layanan yang dipandang cepat dan bermanfaat, salah satunya melalui penggunaan layanan perbankan elektronik (*e-banking*). Secara umum, sistem *e-banking* yang digunakan oleh bank meliputi ATM, kartu debit, dan kartu kredit. Tiga tanggung jawab penting teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari meliputi: (A) Manusia digantikan oleh teknologi

informasi, khususnya dalam pemrosesan data dan operasi *output*. (b) Dengan memberikan informasi tentang suatu tugas, teknologi informasi memperkuat fungsi manusia. (c) Teknologi informasi membantu merestrukturisasi cara manusia melakukan tugas tertentu atau mengubah prosedur tertentu (Chrissandre, 2021).

Institusi perbankan kini memanfaatkan transaksi berbasis teknologi untuk mempermudah interaksi nasabah sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Nasabah kini dapat bertransaksi dengan lebih mudah berkat fitur dan layanan teknologi informasi mutakhir. Transaksi ini sekarang dapat diselesaikan menggunakan fitur-fitur seperti *e-channel* milik bank, seperti ATM, berbeda dengan sebelumnya yang harus dilakukan secara langsung dengan nasabah atau bank (*Automatic Teller*), *Mobile banking* dan *E-banking* (Chrissandre, 2021).

Menurut Fernos & Alfadino (2021) Indikator Teknologi Informasi adalah kecepatan melakukan suatu transaksi, Keuntungan adanya teknologi di suatu institusi perbankan yaitu untuk mempermudah dan mempercepat suatu transaksi. Dengan adanya kemajuan teknologi perbankan dapat maksimal dalam kualitas pelayanan yang memuaskan nasabah. Salah satu contoh teknologi perbankan yang mempercepat suatu transaksi adalah *automated teller machine* (ATM) yang artinya anjungan tunai mandiri. *Automated teller machine* (ATM) dalam bentuk kartu yang digunakan untuk melakukan suatu transaksi pengambilan uang secara tunai tanpa harus datang ke bank karena *automated teller machine* (ATM) terdapat di berbagai tempat yang banyak dikunjungi masyarakat.

1. *Automated Teller Machine (ATM)*

ATM menurut Dwi (2016) adalah sistem layanan yang menawarkan layanan elektronik kepada nasabah dengan mencoba menyelesaikan beberapa tugas yang biasanya dilakukan oleh *teller* secara otomatis menggunakan komputer. Fungsi *teller* dapat digantikan oleh ATM untuk menangani berbagai jenis transaksi. Beberapa transaksi termasuk mengambil uang tunai, memindahkan uang dari satu akun ke akun lain, membayar tagihan (seperti tagihan listrik, telepon, dan air), membeli pulsa seluler, dan membayar pembayaran kartu kredit. Biaya yang dipungut dari pengguna kartu ATM untuk menarik nasabah. Dengan menggunakan ATM, di mana konsumen dapat menarik uang kapan pun mereka mau, dapat memudahkan nasabah untuk menarik uang tunai.

Anjungan Tunai Mandiri (ATM) adalah APMK yang dapat digunakan untuk menarik uang tunai atau mentransfer uang, memenuhi kewajiban pemegang kartu segera dengan mengambil uang langsung dari tabungan di bank atau lembaga keuangan lain yang tidak diperbolehkan menerima pembayaran. Anjungan tunai mandiri atau ATM adalah bagian dari teknologi yang memungkinkan nasabah bank memeriksa saldo mereka dan menarik uang tunai tanpa harus berurusan dengan *teller* atau kasir. Anjungan tunai mandiri (ATM) adalah salah satu lokasi yang sangat penting untuk menggunakan kartu kredit. Jenis ATM, aksesibilitas, dan lokasi merupakan tiga kriteria yang digunakan untuk menilai tingkat kualitas ATM. (Lailiah, 2021). Menurut Chrissandre (2021) ATM adalah sejauh mana seseorang

memutuskan untuk menggunakan ATM karena dianggap lebih produktif dan efisien karena merasa bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.

2. *Mobile Banking*

Mobile Banking, menurut Wulandari (2018) *Mobile Banking* Dengan SMS ponsel dan ponsel GSM (*Global for Mobile Communication*) dapat dengan mudah mengakses layanan *mobile banking* (*Short Message Service*). *Mobile banking* mengacu pada jaringan data yang digunakan pelanggan untuk telepon seluler untuk mengakses layanan Perbankan. Teknologi informasi dan aplikasi komersial digabungkan dalam sistem *Mobile banking* ini. Nasabah tidak perlu lagi mengunjungi kantor bank untuk melakukan transaksi pribadi karena adanya *Mobile banking* yang memungkinkan akses layanan sepanjang waktu. Karena kemudahannya, bank kini menawarkan *Mobile banking* kepada nasabahnya, layanan yang relatif baru. Menurut jenisnya, layanan *Mobile banking* biasanya diklasifikasikan ke dalam dua kategori: layanan berbasis tarik, seperti transfer keuangan, pembayaran tagihan (untuk utilitas termasuk listrik, telepon, dan air), dan layanan berbasis pembelian.

Pengoperasian sebenarnya dari *Mobile banking* tidak jauh berbeda dengan pengiriman pesan SMS biasa. Dengan isi pesan yang dikodekan dalam kode tertentu, pelanggan mengirimkan SMS ke nomor yang ditentukan pihak tersebut. Selain itu, setiap pesan SMS yang Anda kirim menyertakan PIN untuk mengakses *Mobile banking*. Permintaan transaksi akan disetujui jika kode dan PIN yang diajukan akurat. Sebaliknya, permintaan transaksi

akan ditolak jika salah satu isi pesan, kode pesan, dan PIN tidak sesuai. (Lailiah, 2021).

Tampilan sign in *Mobile Banking* terdiri dari nama pengguna serta *password mobile banking* yang dimiliki nasabah. Akun dari layanan *mobile banking* didalamnya terdapat informasi tentang histori transaksi terakhir, melihat transaksi yang dilakukan hari ini, dan lain sebagainya. Tampilan layanan pembayaran dalam *mobile banking* BRI Syariah terdiri dari pembayaran zakat infaq dan shodaqah, pembayaran internet, pembayaran *entertainment*, pembayaran asuransi, pembayaran tiket dan lain sebagainya. Dimensi layanan *mobile banking* yaitu kemudahan, pemenuhan dan privasi (Lailiah, 2021).

3. E-Banking

E-banking menurut Ansori (2019) *E-banking (electronic banking)*, sering dikenal sebagai perbankan elektronik, adalah pengiriman langsung layanan dan barang bank kepada pelanggan menggunakan saluran komunikasi elektronik interaktif. *E-banking* mengacu pada sistem yang memungkinkan klien bank, termasuk individu dan bisnis, untuk mengakses akun, melakukan transaksi keuangan, atau mencari tahu lebih banyak tentang layanan dan produk bank melalui jaringan publik atau pribadi, seperti internet. Nasabah dapat menggunakan perangkat elektronik pintar seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM, atau telepon untuk mengakses *e-banking*. Penghematan waktu, transaksi *online real-time* yang aman, dan titik akses tunggal untuk semua produk merupakan manfaat lebih lanjut dari penggunaan layanan *e-banking*.

Menurut Khoirun Nisa (2018) *E-banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk berkomunikasi, melakukan transaksi keuangan, dan mengakses informasi secara *online*. Manfaat menggunakan layanan *e-banking* antara lain dapat bertransaksi kapan saja dan dari lokasi mana saja, hemat waktu dan uang, serta keamanan.

Sektor perbankan mendapat manfaat dari peningkatan *pelanggan e-banking*, yang mencakup menghasilkan uang melalui *fee-based income*, menurunkan biaya transaksi, memperluas bisnis, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan kemudahan dan kemudahan bertransaksi tanpa batasan waktu dan tempat untuk melakukan transaksi keuangan seperti kliring transfer, pembayaran kartu kredit, pembayaran listrik dan air, pembayaran asuransi *virtual account*, dan lain-lain merupakan keuntungan bagi nasabah yang menggunakan *e-banking* (Bonang, 2021).

Layanan *e-banking* memudahkan siapa saja untuk mengakses uang dari lokasi mana pun, kapan pun, dan sepanjang waktu. Namun dalam praktiknya, permasalahan layanan *e-banking* tidak dapat dihindari. Untuk mencegah nasabah memilih layanan perbankan lain, bank yang menawarkan layanan *e-banking* harus dapat meningkatkan kualitas layanan. (Bonang, 2021).

4. Keputusan Nasabah

Menurut Maski (2010) Keputusan adalah pilihan alternatif yang memiliki tiga implikasi: (1) Keputusan diambil berdasarkan penalaran atau pertimbangan; (2) Terdapat berbagai alternatif yang dapat dipilih; dan (3) Tujuan perlu dicapai, dan keputusan ini semakin mendekati tujuan

tersebut. Sebuah pilihan juga menandai kesimpulan dari proses berpikir tentang suatu isu atau masalah untuk memilih alternatif sebagai jawaban atas pertanyaan tentang apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut. Pengambilan keputusan nasabah, yang konsisten dengan perilaku nasabah, dapat digambarkan sebagai suatu proses dimana nasabah menilai banyak pilihan alternatif dan memilih satu atau lebih pilihan tergantung pada kriteria tertentu.

Proses pengambilan keputusan merupakan kelanjutan dari teknik pemecahan masalah yang memiliki tujuan sebagai berikut: (1) Bertindak sebagai landasan bagi semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individu maupun kelompok, maupun kelembagaan dan organisasi; (2) Terkait dengan masa depan dan memiliki efek atau pengaruh yang akan berlangsung cukup lama. Sedangkan dua kategori tujuan pengambilan keputusan adalah: Tujuan tunggal dan Tujuan ganda. Mengetahui faktor atau komponen pengambilan keputusan sangat penting untuk membuat keputusan yang lebih tepat sasaran. Berikut ini adalah komponen pengambilan keputusan: (1) Memahami alasan di balik keputusan sangat penting sebelum membuat satu. (2) Untuk menemukan alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut, keputusan alternatif untuk memecahkan kesulitan harus diidentifikasi. (3) Perhitungan yang melibatkan variabel yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau yang berada di luar kendali manusia, terutama ketika menghadapi situasi yang dapat dibayangkan sebelumnya tetapi manusia tidak dapat menangani atau tidak berdaya untuk

menanganinya. (4) Tersedianya sarana atau sarana tersebut ditunjukkan dengan adanya instrumen atau sarana untuk menilai atau mengukur hasil suatu pengambilan keputusan.

Membuat keputusan untuk memilih bank, bisnis yang berorientasi layanan. Karena persaingan yang ketat antar bank saat ini, bisnis yang menyediakan layanan ini harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang calon nasabah dan nasabah yang baik. Dengan demikian, manajemen bank harus mengetahui prosedur penilaian data tentang pilihan bank dari calon nasabahnya. Karena banyak calon nasabah lebih mementingkan tingkat kesehatan bank, fitur utilitas, dan proses evaluasi, keputusan untuk memilih bank didasarkan pada faktor-faktor berikut: karakteristik bank, memberikan bobot pada pentingnya atribut yang relevan. Memilih penyedia layanan dapat didasarkan pada lima faktor yang menentukan kualitas layanan, antara lain: (1) Keandalan, terpercaya dan akurat; (2) Daya tanggap, yang mengacu pada kesiapan untuk membantu nasabah dan menawarkan layanan yang cepat; (3) Kepastian, yang mengacu pada keahlian dan kesopanan karyawan serta kapasitas mereka untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan; (4) Empathy yaitu kesiapan untuk peduli dan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan; dan (5) Tangible yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan personel, dan materi komunikasi. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum memilih menabung di bank, calon nasabah membutuhkan pengetahuan tentang bank, baik dari bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain.

Keterkaitan Teknologi Informasi Dengan Pilihan nasabah, Perangkat keras dan perangkat lunak yang keduanya merupakan bagian dari teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk membuat komputer atau perangkat lain yang dapat digunakan dalam tugas operasional sehari-hari. Teknologi informasi dalam industri Perbankan harus mampu mendorong penciptaan pendapatan, menarik nasabah, dan mempengaruhi mereka untuk memilih barang dan jasa bank.

C. Kajian Pustaka

Dalam mendukung materi yang diangkat pada penelitian ini, maka disajikan beberapa penelitian terdahulu yang serupa tentang pengaruh teknologi terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah. Berikut tinjauan literatur terdahulu yang menjadi bahan pada penelitian kali ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Variabel	Lokasi	
1.	Siti Umi Hanik, Jati Handayani (Jati, 2014) Politeknik Negeri Semarang	Keputusan Nasabah dalam memilih Perbankan Syariah	Variabel independen: faktor eksternal, faktor internal Variabel dependen: Keputusan memilih Perbankan Syariah	Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang Semarang	Menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dalam menentukan pilihan seseorang terhadap Perbankan Syariah adalah produk, harga, promosi, lokasi, faktor sosial, dan karakteristik personal.
2.	Nurul Qomariah (Qomariyah, 2011)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen	Variabel independen: Produk, harga, tempat dan promosi	Bank syariah mandiri cabang jember	Menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Mandiri

		menabung di bank syariah	Variabel dependen: Keputusan konsumen menabung		Jember dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor seperti produk, harga, lokasi, dan pemasaran.
3.	Toni prasetyo utomo (Prasetyo, 2015)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah	Variabel independen: Pelayanan, pengetahuan, harga atau biaya dan faktor karakteristik Variabel dependen: Keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah	Bank syariah mandiri cabang malang	Keputusan nasabah untuk memilih bank syariah sangat dipengaruhi oleh ketersediaan layanan perbankan syariah, tingkat pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, dan biaya menjalankan bisnis. Pertimbangan lokasi/aksesibilitas, faktor promosi, dan karakteristik bank syariah tidak saling mempengaruhi secara signifikan.
4.	Zulkifli Zainuddin (Zainuddin, 2016)	Analisis faktor dalam mengambil keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah	Variabel Independen: Keputusan pelanggan, bauran pemasaran, ekuitas merek, karakteristik dan perilaku pelanggan Variabel dependen: Keputusan nasabah memilih produk pembiayaan	Bank syariah mandiri cabang ciputat	Menunjukkan bahwa dalam memilih pilihan pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat, proses pengambilan keputusan nasabah didominasi oleh variabel bauran pemasaran yang memiliki nilai faktor pemuatan terbesar.
5.	Yuliana angraeni	Pengaruh pelayanan berbasis	Variabel independen: layanan	Kota Semarang	Menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak

	(Anggraeni, 2014)	teknologi informasi kepuasan nasabah bank di kota Semarang	berbasis teknologi informasi. variabel dependen: kepuasan nasabah bank		yang menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, atau dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap teknologi informasi.
6.	Mirnawati dewi (Lailiah, 2018)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih internet <i>banking</i>	Variabel independen: mudah diakses, tingkat kepercayaan Variabel dependen: nasabah memilih internet <i>banking</i> .	Bank mandiri kcp Pare-pare Patampo	Menunjukkan bagaimana variabel kemudahan akses (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah terhadap manfaat sedangkan variabel tingkat kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih <i>internet banking</i> . Penilaian mahasiswa terhadap kemudahan dan resiko, baik parsial maupun secara simultan, ternyata berdampak besar terhadap minat mereka dalam menggunakan layanan internet banking Bank BNI Syariah.
7.	Rosmida Murfi, Teguh Suropto (Murfi & Suropto, 2020)	Analisis minat mahasiswa terhadap penggunaan layanan internet <i>banking</i> bank BNI Syariah	Variabel independen: persepsi manfaat, kemudahan dan resiko Variabel dependen: Minat mahasiswa menggunakan	BNI Syariah Yogyakarta	Menyatakan bahwa manfaat dirasakan. Minat mahasiswa dalam menggunakan layanan internet banking Bank BNI Syariah terlihat secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi kenyamanan dan

			layanan internet <i>banking</i>		risiko, baik secara parsial maupun simultan.
8.	Fahilatul fitri (Darmawan, 2019)	Pengaruh pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu <i>e-banking</i> terhadap minat bertransaksi <i>online</i>	Variabel independen: pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu <i>e-banking</i> Variabel dependen: minat bertransaksi <i>online</i>	BNI Syariah Medan	Hasil uji simultan menunjukkan bahwa minat bertransaksi online dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pemahaman konsumen, teknologi informasi, kepercayaan, dan kualitas <i>e-banking</i> . Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, teknologi informasi, kepercayaan, dan kualitas <i>e-banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi <i>online</i> tetapi pengetahuan nasabah tidak berpengaruh nyata terhadap minat tersebut.
9.	Azizah khoirun nisa (Khoirun Nisa, 2018)	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan kemudahan menggunakan <i>m-banking</i> terhadap minat bertransaksi ulang secara <i>online</i> dalam perspektif ekonomi islam	Variabel independen: Pengetahuan, Kepercayaan dan kemudahan Variabel dependen: minat bertransaksi ulang secara online	BNI Syariah KC Tanjungkarang	Menunjukkan bahwa variabel kenyamanan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi dalam transaksi <i>online</i> , tetapi uji parsial faktor pengetahuan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Pengujian simultan transaksi <i>online</i> dipengaruhi

					oleh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan <i>e-banking</i> .
10.	Dwitya pratiwi wulandari (Wulandari, 2018)	Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> pada PT bank syariah mandiri kantor cabang lubuk pakam	Variabel independent: Kemudahan, kenyamanan dan keamanan Variabel dependen: Ketertarikan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i>	Bank syariah mandiri lubuk pakam	Menunjukkan bahwa <i>Mobile Banking</i> membuat ketertarikan nasabah karena layanan <i>Mobile Banking</i> mempermudah nasabah, nyaman, serta keamanan yang diberikan.

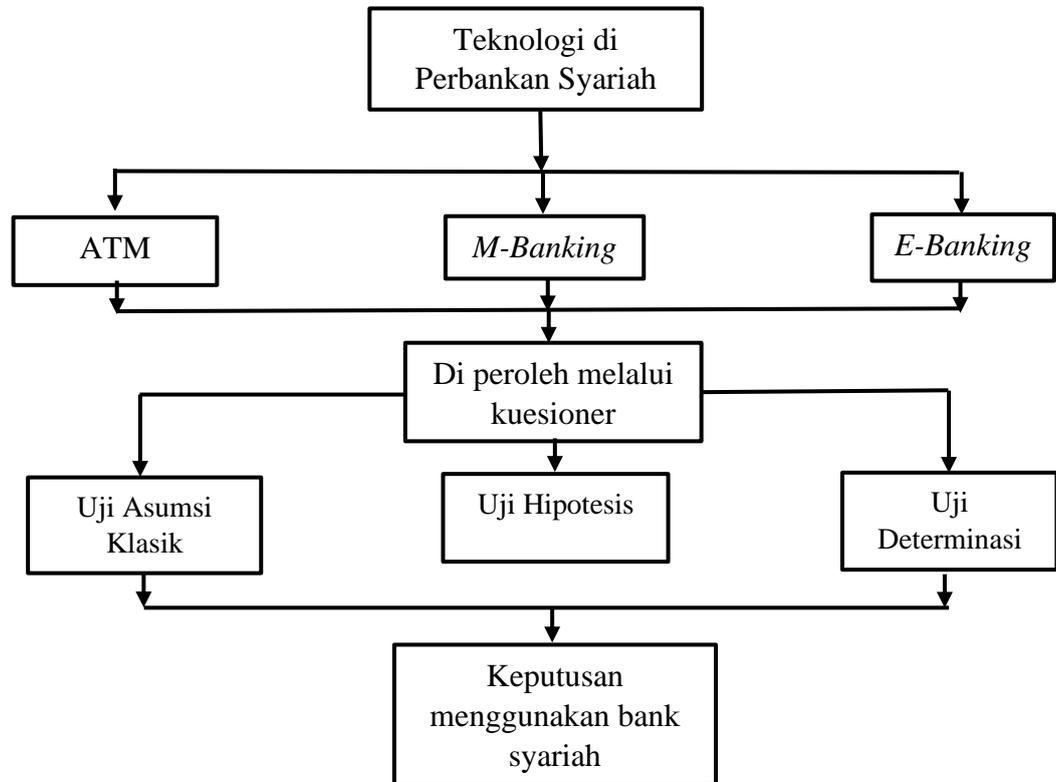
Sumber: Diolah peneliti (2023)

E. Pengembangan Hipotesis

1. Kerangka Teori

Berdasarkan landasan teori dan tujuan dalam penelitian ini yang menjelaskan Pengaruh teknologi terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah maka dibuatlah sebuah kerangka teori dari penelitian. Kerangka teori ini dibuat agar memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Disajikan dua jenis variabel meliputi variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat disimbolkan dengan Y yaitu Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah dan variabel bebas disimbolkan dengan X yaitu variabel meliputi ATM, *Mobile banking* dan *e-banking*. Berikut disajikan kerangka teori:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah peneliti (2023)

Hipotesis bagian yang paling penting, yang harus dijawab sebagai kesimpulan penelitian. Karena teorinya spekulatif, peneliti harus mengumpulkan informasi yang cukup untuk mendukungnya (Lolang, 2014).

a. Pengaruh ATM terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi

Automatic Teller Machine (ATM) adalah perangkat yang memfasilitasi transaksi perbankan elektronik, seperti penarikan tunai dan informasi saldo. Penggunaan ATM akan mempersingkat waktu transaksi dan menurunkan tingkat kesalahan pengiriman layanan. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan kepuasan klien dan pendapatan bisnis. Penelitian

Zazat (2021) menunjukkan bahwa variabel ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan kepuasan menjadi nasabah bank syariah mandiri. Maka hipotesis penelitian berdasarkan uraian tersebut adalah:

H1: Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi.

b. Pengaruh *mobile banking* terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi

Nasabah dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan menggunakan perangkat *mobile* seperti *handphone* dengan aman dan mudah dengan menggunakan menu media pada aplikasi MobileBRIS, media jaringan internet pada *handphone*, dan media *Short Message Service* (SMS). Layanan ini dikenal sebagai *mobile banking*. Efektivitas *mobile banking* terkait erat dengan kegunaan, keandalan, dan kualitas layanan secara keseluruhan. Penelitian Khoiriyah & Putra (2022) menunjukkan bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah penggunaan *Mobile banking*. Di rumuskan sebagai berikut:

H2: *Mobile Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi.

c. Pengaruh *e-banking* terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi

Sehubungan dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, layanan perbankan menawarkan layanan operasional yang dikenal sebagai "*e-banking*". Hampir semua bank umum yang beroperasi saat ini

menyediakan fasilitas *e-banking* yang mempermudah transaksi melalui ATM, SMS, telepon, EDC (*Electronic Data Capture*), dan internet. Menurut Bonang (2021) pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *Assurance* dengan sikap nasabah di Bank Syariah mataram menggunakan jasa layanan *e banking*. Maka hipotesis penelitian berdasarkan uraian tersebut adalah:

H3: *E-banking* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi.

d. Pengaruh *Automatic Teller machine (ATM), M-Banking & e-banking* berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi

Penelitian Lailiah (2021) Menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah KCP Magetan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel layanan ATM. Pada bank BRI Syariah KCP Magetan faktor yang secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain *internet banking, mobile banking*, dan layanan ATM. Dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Automatic teller machine (ATM), Mobile banking & e-banking* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah pada masa pandemi.