

Analisis Faktor Penentu Minat Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Syariah: Integrasi Model TAM

Mira Puspitasari¹, Rachma Indrarini²

Universitas Negeri Surabaya¹²

mira.22069@mhs.unesa.ac.id¹, rachmaindrarini@unesa.ac.id²

ABSTRACT

Innovations in digital applications such as Islamic mobile banking offer convenience and efficiency in conducting financial transactions. However, the presence of this technology has also given rise to various risk perceptions among the public. Therefore, it is necessary to understand the factors that influence customers' intention to use Islamic mobile banking applications. This study aims to analyze the impact of several variables, namely perceived ease of use, perceived benefits, social and financial services, and perceived risk on intention to use Islamic mobile banking applications. Quantitative methods were used as the approach in this study. Primary data were collected from 264 respondents selected through purposive sampling using a questionnaire. To analyze the data, the Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) method was used. The results showed that perceived ease of use, perceived benefits, and social & financial services had a positive and significant impact on intention to use Islamic mobile banking application. However, unlike other variables, perceived risk was found to have no significant influence on intention to use the application.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Social and Financial Services, Perceived Risk, Intention to Use.*

ABSTRAK

Inovasi aplikasi digital seperti *mobile banking* syariah menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Namun, kehadiran teknologi ini juga menimbulkan berbagai persepsi risiko di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman tentang faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh dari beberapa variabel, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, layanan sosial dan finansial, serta persepsi risiko terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah. Metode kuantitatif digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan dari 264 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner. Untuk menganalisis data, digunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan layanan sosial & finansial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah. Namun, berbeda dengan variabel lainnya yakni persepsi risiko didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi.

Kata Kunci: *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Layanan Sosial dan Finansial, Persepsi Risiko, Minat Penggunaan.*

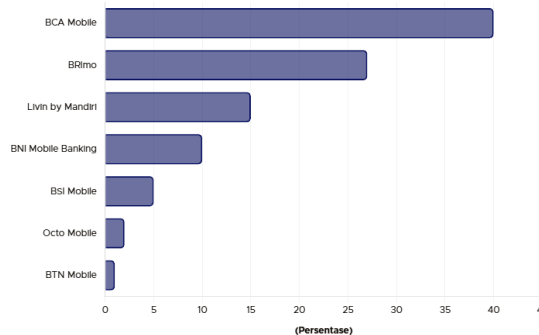
PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mendorong munculnya perubahan penting secara luas dalam setiap aspek keberadaan manusia, tidak terkecuali pada bidang keuangan dan perbankan. Perbankan digital menjadi salah satu inovasi paling dominan dalam dekade terakhir dengan didorong adanya adopsi teknologi yang masif dan perubahan masyarakat yang semakin digital (Osei *et al.*, 2023). Menurut laporan dan analisis McKinsey, sepanjang tahun 2017 hingga 2021 dunia perbankan mengalami percepatan transformasi digital yang sangat signifikan, terutama di negara-negara berkembang. Perkembangan tersebut terlihat dari meningkatnya penggunaan aplikasi perbankan digital maupun berbagai platform pembayaran elektronik (Barquin *et al.*, 2021). Kondisi ini mendorong lembaga perbankan untuk menyesuaikan diri dengan menghadirkan aplikasi yang terintegrasi secara digital. *Mobile banking* hadir sebagai salah satu inovasi penting yang menjawab kebutuhan masyarakat modern, di mana efisiensi, kemudahan, akses aplikasi keuangan yang fleksibel menjadi prioritas utama tanpa lagi terikat pada keterbatasan ruang maupun waktu (Almaiah *et al.*, 2023).

Di Indonesia, menurut data Bank Indonesia pada tahun 2024 nilai transaksi perbankan digital tercatat dengan angka yang fantastis yaitu Rp5.570,49 triliun. Jumlah tersebut mencerminkan akumulasi dari berbagai aktivitas *digital banking* dan menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan periode sebelumnya (Simanjuntak, 2024). Fenomena tersebut menegaskan bahwa digitalisasi perbankan tidak lagi sekadar tren, melainkan kebutuhan utama dalam bertransaksi (Kuswandi *et al.*, 2022). Sejalan dengan itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) turut mendorong percepatan digitalisasi melalui penerbitan POJK No. 21 Tahun 2023, sebagai upaya memperluas inklusi keuangan dan memperkuat aplikasi perbankan berbasis seluler. Kebijakan tersebut diharapkan mampu membantu masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih baik serta memaksimalkan pemanfaatan produk dan aplikasi keuangan digital secara efektif.

Melalui pemanfaatan teknologi, *mobile banking* diposisikan sebagai inovasi layanan perbankan yang mempermudah nasabah untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan (Andini & Indrarini, 2024). Kehadirannya menjawab kebutuhan masyarakat akan aplikasi yang cepat, aman, praktis dan terjangkau. Melalui perangkat, nasabah juga dimungkinkan untuk menggunakan aplikasi ini tanpa batas waktu dan tempat (Kota & Kusumastuti, 2022). Di Indonesia, perkembangan *mobile banking* hingga 2024 menunjukkan tren yang semakin pesat. Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa pada Juli 2024 transaksi *digital banking* mencapai 1.845,37 juta transaksi, bertambah 30,50% secara tahunan (yoy) (Ibrahim, 2024). Peningkatan jumlah produk dan aplikasi tidak hanya terlihat pada bank-bank konvensional, tetapi juga tumbuh pesat di sektor perbankan syariah (Warni & Indrarini, 2025). Bank Syariah merupakan bagian krusial dalam implementasi strategi *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2025-2029* yang dirumuskan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Strategi yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan minat masyarakat terhadap aplikasi dan produk yang disediakan bank syariah (Revonnarta

& Indrarini, 2021).



Gambar 1. Jumlah Pengguna *Mobile Banking*
Sumber data : *Goodstats.id* (2024)

Data *Goodstats.id* (2024) memperlihatkan secara jelas bahwa jumlah pengguna *mobile banking* syariah masih jauh tertinggal dibandingkan dengan *mobile banking* konvensional. Meski demikian, di antara bank-bank syariah yang ada, Bank Syariah Indonesia (BSI) berada pada posisi tertinggi sebagai aplikasi yang paling umum digunakan masyarakat secara luas. Capaian ini mencerminkan signifikansi yang kuat dalam upaya memperluas aplikasi keuangan berbasis syariah di Indonesia. Fenomena ini menggambarkan adanya perbedaan antara jumlah pengguna dan kualitas pengalaman yang dirasakan, sekaligus menjadi bahan refleksi penting bagi perbankan syariah untuk terus meningkatkan mutu aplikasi digitalnya agar mampu bersaing dengan aplikasi *mobile banking* konvensional.

Realitas menunjukkan adanya sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh pengguna bank syariah. Salah satunya ditunjukkan oleh studi kasus pada Bank Syariah Indonesia. Sejumlah laporan media menyebutkan bahwa aplikasi ini kerap mengalami gangguan teknis, seperti *error* saat transaksi, kegagalan transfer, hingga isu keamanan data. Kasus serangan siber *ransomware* terhadap BSI pada Mei 2023 semakin memperkuat persepsi risiko di kalangan nasabah (BBC News Indonesia, 2023). Rata-rata nasabah juga menyampaikan keluhan terkait mutu aplikasi yang mereka terima seperti sistem yang sering mengalami *error*, proses *login* yang berulang kali hingga *customer service* yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah justru dinilai kurang memberikan bantuan yang memadai (Aprilia, 2025). Persepsi-persepsi yang timbul akibat isu keamanan dan gangguan teknis dapat mengancam loyalitas pengguna (Lim *et al.*, 2025).

Penelitian ini mendasarkan pada kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang dipublikasikan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. Menurut TAM, minat (intensi) seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi didorong oleh dua penentu utama, yaitu *perceived ease of use* (persepsi bahwa teknologi mudah digunakan) dan *perceived usefulness* (persepsi bahwa teknologi memberikan manfaat) (Saparudin *et al.*, 2020). Selain kedua persepsi tersebut, layanan sosial dan

finansial dapat memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* syariah. Layanan sosial dan finansial yang tersedia dalam bank syariah tidak hanya menjadi lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga menjalankan peran sosial melalui instrumen ZISWAF yang diintegrasikan dalam aplikasi (Indrarini *et al.*, 2025). Nilai yang tercantum sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang bukan hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga distribusi keadilan sosial. Hal ini selaras dengan ketetapan Allah yang termaktub dalam QS. Al-Baqarah (2): 267 yang menegaskan pentingnya peran distribusi kekayaan dan kepedulian sosial yang menjadi implementasi keuangan syariah secara krusial. Peran ini tidak terbatas hanya pada aspek kegiatan ekonomi semata, tetapi juga dalam mendorong pemerataan distribusi pendapatan dan kesejahteraan bagi seluruh lapisan masyarakat. Disisi lain, persepsi risiko juga dapat menjadi faktor yang memengaruhi minat penggunaan dikarenakan jika terjadi konsekuensi yang merugikan maka dapat menurunkan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa risiko yang dianggap rendah dapat mendorong nasabah untuk memiliki minat secara kuat menggunakan aplikasi tersebut (Anggraini *et al.*, 2023).

Berbagai penelitian yang ada telah melakukan pengujian terhadap pengaruh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan yang dirasakan, manfaat yang diperoleh dan persepsi risiko terhadap ketertarikan pengguna pada *mobile banking*. Kota & Kusumastuti (2022) menemukan bahwa faktor kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan variabel risiko memberikan pengaruh yang negatif signifikan. Sementara itu, Sudarsono *et al.* (2022) memberikan hasil yang berbeda, yakni persepsi risiko tidak memiliki pengaruh pada minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Mengingat kondisi tersebut, riset yang memasukkan variabel layanan sosial dan finansial masih sangat terbatas. Indrarini *et al.* (2025) menjadi salah satu studi yang berhasil membuktikan adanya faktor yang terbentuk dari fitur-fitur sosial dan finansial tersebut terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* syariah.

Kesenjangan yang terdapat pada penelitian memperlihatkan adanya *research gap* yang dapat diisi melalui penelitian ini, khususnya pada penelitian tentang *mobile banking* syariah. Penelitian yang mempertimbangkan variabel layanan sosial dan finansial sebagai bagian dari nilai ekonomi Islam, masih belum banyak diangkat dalam studi sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengintegrasikan aspek sosial dan finansial serta persepsi risiko dalam kerangka model penelitian TAM. Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan pandangan yang mendalam tentang berbagai penentu yang mendorong minat seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah, sekaligus menjawab kesenjangan penelitian sebelumnya.

TINJAUAN LITERATUR

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model analitis yang dirancang untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan sistem informasi. TAM dicetuskan oleh Fred Davis pada tahun 1989. TAM dirancang terutama untuk menguraikan secara ringkas dan jelas mengenai faktor-faktor yang memiliki peran dalam memengaruhi adopsi serta perilaku pengguna dalam menerima teknologi informasi (Wicaksono, 2022). Model TAM berakar dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang berlandaskan pada pandangan bahwa persepsi dan tanggapan seseorang terhadap objek yang akan menentukan sikap serta perilakunya (Finannafi'ah & Witono, 2022). Teori ini menegaskan bahwa keputusan individu dalam mengadopsi atau menggunakan teknologi ditentukan oleh serangkaian faktor. Secara spesifik, faktor yang memengaruhi keputusan pengguna antara lain persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaannya, yang pada akhirnya akan membentuk sikap, niat, dan perilaku pengguna (Lim *et al.*, 2025).

Minat Penggunaan (Y)

Minat pada dasarnya merupakan proses psikis seseorang ditandai oleh adanya dorongan dalam diri terhadap suatu objek yang dianggap bernilai sehingga menimbulkan keinginan atau kebutuhannya tersendiri (Nazirah *et al.*, 2022). Definisi lain menyebutkan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang dengan tujuan memberikan perhatian lebih pada sesuatu yang mampu memberikan kepuasan, termasuk dalam pemanfaatan teknologi. Kepuasan atas teknologi baru tersebut mendorong pengguna untuk terus menggunakannya (Rahmawati *et al.*, 2025). Minat penggunaan dipahami sebagai ketertarikan atau dorongan nasabah untuk memanfaatkan aplikasi guna mengakses layanan hanya melalui *smartphone* tanpa perlu datang dan mengantri di kantor cabang. Indikator minat penggunaan menurut Wulandari & Meylianingrum (2024), mencakup keinginan untuk menggunakan, selalu coba menggunakan, serta berlanjut penggunaan di masa depan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Persepsi kemudahan dapat dijelaskan sejauh mana seseorang meyakini bahwasannya dalam mengadopsi teknologi tertentu, tidak dibutuhkan banyak usaha atau tenaga yang berarti. Apabila seseorang menganggap sebuah sistem informasi memiliki tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi, maka kecenderungan atau minat seseorang untuk mengoperasikan sistem tersebut akan bertambah. Sebaliknya jika dianggap rumit maka kemungkinan besar enggan untuk memanfaatkannya (Oentario *et al.*, 2017). Oleh sebab itu, persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan pada kondisi di mana seseorang merasa tidak mengalami hambatan berarti dalam menjalankan aktivitasnya (Kota & Kusumastuti, 2022). Adapun indikator persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan pendapat Venkatesh (2000, dalam Atieq & Nurpiani, 2022) meliputi interaksi individu dengan sistem jelas dan

mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem, sistem mudah digunakan, serta mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah.

Persepsi Manfaat (X2)

Persepsi manfaat sebagaimana dijelaskan oleh Kota & Kusumastuti (2022) adalah keyakinan individu terhadap nilai tambah dan manfaat nyata yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Secara ringkas, hal ini menunjukkan sejauh mana individu memercayai bahwa sistem tersebut akan memberikan hasil yang baik. Apabila teknologi terbukti bermanfaat dan mampu meningkatkan kinerja, maka minat seseorang untuk menggunakannya pun akan semakin besar. Dalam penggunaan *mobile banking*, manfaat yang dirasakan dapat mendorong nasabah untuk lebih aktif memanfaatkannya karena diyakini mampu membantu kelancaran aktivitas keuangan mereka (Atieq & Nurpiani, 2022). Sejalan dengan pandangan Saparudin *et al.* (2020) yang mengungkapkan bahwa kegunaan dirasakan ketika pengguna percaya teknologi dapat secara signifikan meningkatkan hasil kerja. Berdasarkan pendapat Venkatesh (2000, dalam Atieq & Nurpiani, 2022), indikator persepsi manfaat diantaranya meningkatkan kinerja individu, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas kinerja, serta manfaat bagi individu.

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah.

Layanan Sosial dan Finansial (X3)

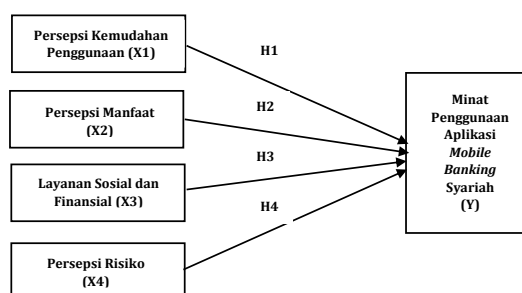
Layanan finansial merupakan fasilitas yang disediakan untuk menunjang aktivitas transaksi perbankan sehari-hari, seperti transfer, pembayaran, top-up, dan pembiayaan syariah yang berfungsi sebagai fasilitas intermediasi keuangan (Yasin, *et al.*, 2021). Sementara itu, layanan sosial berfokus pada kepentingan sosial ataupun keagamaan serta pemberdayaan masyarakat, yang mencakup transaksi zakat, infaq, sedekah, wakaf (ziswaf) (Indrarini *et al.*, 2025). Dengan demikian, layanan sosial dan finansial memiliki peran ganda dalam perbankan syariah, tidak hanya sebagai penyedia layanan finansial, tetapi juga memfasilitasi aktivitas sosial sesuai prinsip syariah yang berperan untuk mendorong pemerataan distribusi pendapatan masyarakat di berbagai wilayah. Adapun indikator layanan sosial dan finansial menurut Indrarini *et al.* (2025) meliputi kebutuhan transaksi sosial, ketersediaan pembiayaan syariah dan ketersediaan layanan sosial.

H3: Layanan sosial dan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah.

Persepsi Risiko (X4)

Persepsi risiko dipahami sebagai pandangan individu terhadap kemungkinan munculnya konsekuensi yang merugikan maupun ketidakpastian yang mungkin

terjadi saat melakukan tindakan (Habibah & Nurafini, 2024). Risiko sendiri merupakan suatu kondisi situasi yang tidak pasti yang muncul dari penggunaan produk maupun jasa, di mana hasilnya berpotensi menimbulkan dampak negatif atau bahkan kerugian (Anggraini *et al.*, 2023). Dalam *mobile banking* syariah, persepsi risiko seringkali muncul karena adanya kekhawatiran terkait ancaman privasi serta keamanan data (Sudarsono *et al.*, 2022). Menurut Rahmawati *et al.* (2025), memberikan beberapa indikator mengenai persepsi risiko yaitu adanya potensi risiko tertentu, adanya suatu kerugian dan adanya anggapan bahwa hal itu berisiko. H4: Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah.



Gambar 2. Model Penelitian

Sumber: Data diolah penulis (2025)

METODE PENELITIAN

Dengan metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sehingga peneliti dapat memperoleh informasi secara terstruktur, terukur, serta dapat dibuktikan secara empiris. Kuesioner penelitian ini dibuat dengan basis skala likert. Setiap jawaban diberikan skor berbeda, mulai dari 1 hingga 5, dengan rincian sebagai berikut; 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Netral, 2 = Tidak Setuju, dan 1 = Sangat Tidak Setuju (Sugiyono, 2013).

Populasi pada penelitian adalah seluruh nasabah bank syariah di Indonesia. Mengingat jumlah populasi yang tidak dapat dipastikan, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Adapun teknik yang dipilih adalah *purposive sampling*, yakni penentuan sampel didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Untuk mendapatkan sampel sesuai dengan yang dibutuhkan, maka ditentukan beberapa kriteria yaitu berusia minimal 17 tahun, nasabah bank syariah, belum atau pernah menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah.

Mengacu pada pendapat Hair *et al.* (2019) jumlah sampel penelitian yang ideal didasarkan pada jumlah indikator, dengan ketentuan minimal 5 kali atau idealnya 10 kali lebih banyak dari jumlah indikator yang digunakan. Dengan total 17 indikator pada penelitian ini, jumlah minimal sampel yaitu 170 responden (10 x 17). Sebelum pengumpulan data utama, instrumen diuji terlebih dahulu pada 100 responden untuk

memastikan validitas dan reliabilitas kuesioner dengan menggunakan SPSS. Selanjutnya, data penelitian dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis data dilakukan dengan melalui tiga langkah prosedural diantaranya *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pelaksanaan penelitian ini melibatkan penyebaran kuesioner kepada para responden yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Dari 277 kuesioner yang berhasil terkumpul, 264 di antaranya dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam proses analisis data setelah melalui tahapan verifikasi.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Identitas Responden		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	110	41,7%
	Perempuan	154	58,3%
Usia	17 - 24 Tahun	153	58%
	25 - 30 Tahun	74	28%
	31- 40 Tahun	31	11,7%
	41 - 50 Tahun	4	1,5%
	> 50 Tahun	2	0,8%
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	124	47%
	Diploma	19	7,2%
	Sarjana (S1)	101	38,2%
	Magister (S2)	10	3,8%
	Doktoral (S3)	0	0,0%
	Lainnya	10	3,8%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	107	40,5%
	Guru/Dosen	10	3,8%
	Pegawai/Karyawan Swasta	84	31,8%
	PNS	14	5,3%
	Wirausaha	28	10,6%
	Lainnya	21	8%
Domisili	Jawa	172	65,2%
	Luar Jawa	92	34,8%
Nasabah Bank Syariah	Ya	264	100%
	Tidak	0	0,0%
	< 6 Bulan	45	17%
	1-2 Tahun	78	29,5%

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	2-3 Tahun	84	31,8%
	> 3 Tahun	57	21,6%
Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah	Pernah	235	89,0%
	Belum	29	11,0%
Jenis Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Syariah yang Digunakan	BSI Mobile	71	30,2%
	Byond By BSI	74	31,5%
	Muamalat Din	10	4,3%
	M-Syariah	9	3,8%
	BSya by BCA Syariah	7	3,0%
	BTN Syariah Mobile	22	9,4%
	Jago Syariah	25	10,6%
	Lainnya	17	7,2%

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 1 hasil karakteristik responden, memperlihatkan bahwa mayoritas berasal dari responden perempuan yakni sebesar 154 responden atau dengan persentase 58,3%. Jika dilihat dari usia, kelompok usia responden terbanyak yaitu usia 17-24 tahun dengan responden sebanyak 153 atau 58%. Dari sisi pendidikan terakhir, didominasi oleh pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 124 responden atau 47%. Untuk responden dari sisi pekerjaan, didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 107 responden atau 40,5%. Berdasarkan domisili, responden rata-rata terbanyak berasal dari Pulau Jawa yaitu sebanyak 172 responden atau 65,2%. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian, seluruh responden merupakan nasabah bank syariah yaitu sebanyak 264 responden atau 100%. Lama sebagai nasabah bank syariah didominasi oleh nasabah dengan rentang waktu 2 sampai 3 tahun sebanyak 84 responden atau 31,8%. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel bahwasannya dalam penggunaan *mobile banking* sebanyak 235 responden atau 89,0% pernah menggunakan dan 29 atau 11,0% responden belum menggunakan *mobile banking* syariah. Selain itu, preferensi aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan yaitu BYOND By BSI sebanyak 74 responden atau 31,5%.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity

Convergent validity (validitas konvergen) dapat dievaluasi melalui nilai *outer loadings* dan AVE. Nilai *outer loadings* > 0.70 menandakan bahwasannya setiap indikator berkorelasi positif (kuat) dengan konstruk yang diukurnya. Sedangkan, nilai AVE \geq 0.50 menegaskan bahwa masing-masing konstruk, baik pada variabel endogen ataupun eksogen telah memenuhi kriteria *convergent validity* (Hair *et al.*, 2021).

Tabel 2. Nilai *Outer Loadings* dan AVE

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	AVE	Keterangan		
Minat Penggunaan (MP) Y	MP 2	0.737	0.577	Valid		
	MP 3	0.777		Valid		
	MP 4	0.757		Valid		
	MP 6	0.756		Valid		
	MP 7	0.730		Valid		
	MP 8	0.818		Valid		
	MP 9	0.741		Valid		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) X1	PKP 1		0.722	0.553	Valid
		PKP 2		0.707		Valid
PKP 3		0.741	Valid			
PKP 4		0.704	Valid			
PKP 5		0.732	Valid			
PKP 6		0.729	Valid			
PKP 7		0.760	Valid			
PKP 8		0.768	Valid			
PKP 9		0.758	Valid			
PKP 10		0.745	Valid			
PKP 11		0.762	Valid			
PKP 12		0.787	Valid			
Persepsi Manfaat (PM) X2	PM 1	0.715	0.587	Valid		
	PM 2	0.766		Valid		
	PM 3	0.776		Valid		
	PM 4	0.783		Valid		
	PM 5	0.750		Valid		
	PM 6	0.747		Valid		
	PM 7	0.750		Valid		
	PM 8	0.800		Valid		
	PM 9	0.782		Valid		
	PM 10	0.795		Valid		
	PM 11	0.792		Valid		
	PM 12	0.731		Valid		
Layanan Sosial dan Finansial (LSF) X3	LSF 1	0.801	0.600	Valid		
	LSF 2	0.768		Valid		
	LSF 3	0.778		Valid		
	LSF 4	0.740		Valid		
	LSF 5	0.800		Valid		

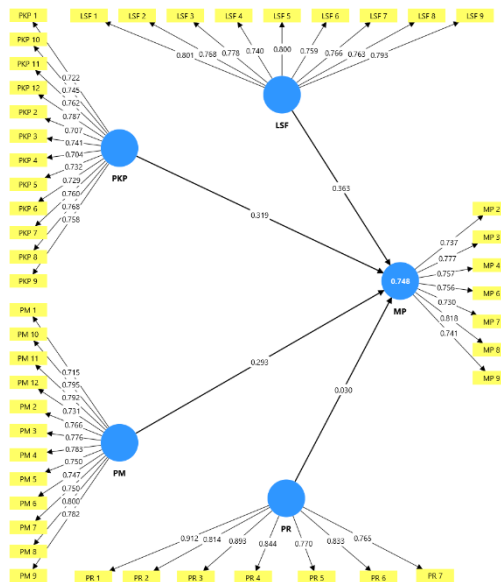
	LSF 6	0.759		Valid
	LSF 7	0.766		Valid
	LSF 8	0.763		Valid
	LSF 9	0.793		Valid
Persepsi Risiko (PR) X4	PR 1	0.912	0.697	Valid
	PR 2	0.814		Valid
	PR 3	0.893		Valid
	PR 4	0.844		Valid
	PR 5	0.770		Valid
	PR 6	0.833		Valid
	PR 7	0.765		Valid

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 2 terlihat bahwasanya indikator pada persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, layanan sosial finansial, persepsi risiko dan minat penggunaan memiliki nilai *Outer Loadings* > 0.70 dinyatakan valid secara konvergen (Hair *et al.*, 2021). Terdapat empat item pernyataan kuesioner yang tidak valid sehingga harus dihapus dari model penelitian. Hasil *outer loadings* setelah dihilangkan item pernyataan kuesioner berjumlah 47 item pernyataan kuesioner dari jumlah keseluruhan yaitu 51 item pernyataan kuesioner.

Average Variance Extracted

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabel ≥ 0.50 . Berdasarkan kriteria Hair *et al.* (2021), kondisi ini mengartikan bahwa setiap item indikator telah dinyatakan valid secara konvergen.



Gambar 3. Hasil *Outer Loadings* Setelah Menghapus Item Pernyataan yang Tidak Valid

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Discriminant Validity

Penilaian validitas diskriminan dilakukan guna mengukur tingkat diferensiasi antara konstruk yang sedang dievaluasi dengan konstruk laten lainnya. Pengujian substansial ini diimplementasikan melalui *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) (Hair, et al., 2021).

Tabel 3. Nilai HTMT

	MP	PKP	PM	LSF	PR
Minat Penggunaan					
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.836				
Persepsi Manfaat	0.836	0.721			
Layanan Sosial dan Finansial	0.864	0.707	0.739		
Persepsi Risiko	0.116	0.087	0.090	0.072	

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Model dinyatakan memenuhi validitas diskriminan dan layak untuk dilanjutkan dalam penelitian apabila hasil evaluasi (seperti yang tercantum pada tabel 3) nilai korelasi antar konstruk < 0.90, sesuai dengan rekomendasi yang ditetapkan (Hair et al., 2021).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji *Internal Consistency Reliability* diterapkan untuk mengevaluasi sejauh mana kemampuan item-item indikator mampu mengukur konstruk laten yang dituju (Hair et al., 2021).

Tabel 4. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Minat Penggunaan	0.878	0.905
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.926	0.937
Persepsi Manfaat	0.936	0.945
Layanan Sosial dan Finansial	0.917	0.931
Persepsi Risiko	0.942	0.941

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 4 terlihat bahwa setiap konstruk laten memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* melebihi ambang batas 0.70. Hal ini mengindikasikan bahwa item-item indikator atau variabel dalam kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang memadai (Hair et al., 2021).

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Variance Inflation Factor (VIF)

Nilai VIF berfungsi untuk menilai kolinearitas dalam model. Tujuannya adalah memastikan bahwa multikolinearitas tidak muncul pada model yang diuji pada penelitian ini (Hair et al., 2021).

Tabel 5. Nilai Variance Inflation Factor (VIF)

Variabel	VIF
PKP -> MP	2.090
PM -> MP	2.270
LSF -> MP	2.164
PR -> MP	1.009

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa hasil uji kolinearitas yaitu nilainya kurang dari 5 dengan artian bahwa tidak terjadi masalah kolinearitas antar variabel (Hair *et al.*, 2021).

R Square (R^2)

Koefisien determinasi (*R Square*) berperan sebagai alat mengukur seberapa besar konstruk laten eksogen mampu menerangkan konstruk laten endogen. Kategori penilaian untuk *R Square* diklasifikasikan 0.75 berarti kuat, 0.50 berarti sedang (moderat) dan 0.25 berarti lemah (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 6. Nilai R Square (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat Penggunaan	0.748	0.745

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwasannya nilai *r-square* sebesar 0,748. Dapat ditarik kesimpulan, model yang diterapkan dalam penelitian ini memiliki prediksi tingkat sedang (moderat). Artinya 74.8% variabel minat penggunaan bisa dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, layanan sosial dan finansial serta persepsi risiko. Sementara itu, konstruk sisanya yakni 25.2% dijelaskan dengan faktor lain diluar model penelitian.

Effect Size (F^2)

Nilai *F square* dalam analisis statistik diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan diantaranya nilai 0.02 adanya pengaruh kecil, 0.15 mengindikasikan pengaruh sedang, dan 0.35 merepresentasikan pengaruh besar (Cohen, 1988).

Tabel 7. Effect Size (F^2)

Variabel	Minat Penggunaan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.193
Persepsi Manfaat	0.151
Layanan Sosial dan Finansial	0.242
Persepsi Risiko	0.004

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 7 didapatkan hasil bahwasanya indikator pada persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, layanan sosial dan finansial memiliki nilai *effect size* > 0.15 artinya memberikan pengaruh sedang. Di sisi lain, persepsi risiko memiliki nilai *effect size* < 0.02 artinya memberikan pengaruh kecil.

Hasil Analisis Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh antara variabel penelitian dengan mengacu pada nilai *p-value* dan *t-statistik*. Apabila nilai *t-statistik* melampaui 1.96 dan *p-value* di bawah 0.05 maka pengaruhnya signifikan. Sebaliknya, jika kriteria tersebut tidak terpenuhi maka pengaruh antar variabel tidak signifikan (Hair *et al.*, 2021). Di sisi lain, *path coefficient* bertujuan menilai kekuatan dan menentukan arah hubungan secara langsung antar konstruk laten. Yang di mana nilai berkisar antara rentan -1 berarti arah negatif sampai +1 berarti positif (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Minat Penggunaan	0.319	6.797	0.000	Diterima
Persepsi Manfaat -> Minat Penggunaan	0.293	5.098	0.000	Diterima
Layanan Sosial dan Finansial -> Minat Penggunaan	0.363	6.524	0.000	Diterima
Persepsi Risiko-> Minat Penggunaan	0.030	0.659	0.510	Ditolak

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Pada tabel 8 dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dari empat hipotesis yang diuji, dari tiga hipotesis dinyatakan diterima karena telah memenuhi syarat yang ditetapkan, sedangkan satu hipotesis ditolak karena tidak memenuhi syarat yang telah ditentukan. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, layanan sosial dan finansial memiliki arah hubungan positif dan berpengaruh signifikan. Sedangkan, persepsi risiko memiliki arah hubungan yang positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan pada minat penggunaan *mobile banking syariah*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Syariah

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan mengindikasikan bahwasannya persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah. Aspek kemudahan yang tercantum mencakup kemudahan dalam memahami cara kerja aplikasi, kemudahan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan dalam mengakses berbagai fitur aplikasi tanpa adanya hambatan teknis yang berarti. Hasil penelitian ini menguatkan temuan dari riset sebelumnya, seperti yang diuraikan oleh Wulandari & Meylianingrum (2024). Penelitian yang diungkapkan Melasari *et al.* (2018), juga memperkuat hasil ini dengan menjelaskan bahwa mayoritas pengguna telah terbiasa merasakan kemudahan menggunakan *mobile banking*. Sebaliknya, ada kontradiksi temuan seperti yang ditunjukkan oleh Andini & Indrarini (2024) yang menemukan bahwa sebagian besar responden belum sepenuhnya merasakan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* meskipun sudah familiar. Pada penelitian tersebut variabel kepercayaan dan religiusitas menjadi faktor yang lebih dominan dalam menentukan minat nasabah.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dipopulerkan oleh Davis pada tahun 1989 menyatakan bahwa elemen penting sebagai faktor penentu keputusan seseorang untuk mengadopsi suatu teknologi adalah pandangan mengenai kemudahan penggunaannya. Individu cenderung memilih sistem yang mereka nilai sebagai sesuatu yang mudah dipahami atau dioperasikan, sehingga mereka lebih mungkin untuk terus menggunakannya secara konsisten. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan ketika nasabah merasa bahwa *mobile banking* syariah mudah pengoperasiannya, mereka secara alami akan semakin tertarik untuk menggunakannya secara konsisten. Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi nilai kemudahan dan kemaslahatan umat. Berdasarkan hadis riwayat Muslim, dari Abu Hurairah ra, Nabi Muhammad SAW bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ، يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا، سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Dari Abu Hurairah ra, Nabi Muhammad SAW bersabda "Siapa yang melapangkan satu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allah melapangkan darinya satu kesusahan di hari Kiamat. Siapa memudahkan (urusan) orang yang kesulitan, maka Allah memudahkan baginya (dari kesulitan) di dunia dan akhirat. Siapa menutupi (aib) seorang Muslim, maka Allah akan menutup (aib) nya di dunia dan akhirat. Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba tersebut menolong saudaranya." (HR Muslim).

Hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Muslim tersebut menekankan pentingnya membantu dan memudahkan urusan orang lain sebagai bentuk amal kebajikan yang akan diberi mendapat pahala dari Allah SWT baik selama di dunia maupun di akhirat kelak. Hadis ini menjelaskan bahwasannya penerapan teknologi keuangan berbasis syariah yang mudah digunakan merupakan wujud nyata dari upaya mempermudah urusan umat dalam melakukan transaksi keuangan sesuai prinsip Islam. Dengan menghadirkan sistem yang aman, praktis, dan efisien, bank syariah turut berperan dalam memberikan kemudahan bagi nasabah sehingga memotivasi nasabah untuk lebih tertarik menggunakan *mobile banking* syariah. Sejalan dengan nilai Islam tentang pentingnya mempermudah urusan sesama manusia.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Syariah

Secara empiris, pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengindikasikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah. Temuan ini menguraikan bahwa semakin besar manfaat (keuntungan) yang dipersepsikan oleh nasabah maka akan terdapat peningkatan pula kemungkinan mereka mengadopsi aplikasi tersebut. Manfaat tersebut terdiri dari beberapa aspek di antaranya efisiensi waktu, akses transaksi yang lebih cepat, efektivitas dalam pembayaran dan transfer dana. Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Atieq & Nurpiani (2022) dan Kota & Kusumastuti (2022). Di sisi lain, temuan penelitian ini bertentangan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Rahmawati *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa pandangan tentang manfaat tidak memberikan pengaruh terhadap keinginan menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Meskipun nasabah menilai aplikasi tersebut bermanfaat, hal itu belum tentu mendorong masyarakat untuk menggunakannya.

Penelitian selaras dengan konsep kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dikemukakan oleh Davis (1989), persepsi manfaat merupakan faktor determinan utama yang relevan memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Dengan demikian, ketika nasabah percaya bahwa sistem digital *mobile banking* syariah mampu memberikan nilai tambah seperti efisiensi waktu dan biaya, praktis, serta peningkatan kinerja maupun produktivitas, maka minat penggunaan teknologi tersebut akan meningkat secara signifikan.

Dalam pandangan Islam, setiap aktivitas manusia harus mengandung nilai manfaat (*maslahah*) dan menghindarkan mudarat (*mafsadah*). Sebagaimana Allah berfirman QS. Ar-Ra'd ayat 17:

أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَالَتْ أَوْدِيَهُ ۖ بِقَدَرِهَا فَاحْتَمَلَ السَّبِيلُ زَبَدًا رَابِيًا ۚ وَمِمَّا يُوقِدُونَ عَلَيْهِ فِي النَّارِ ابْتِغَاءَ حُلْيَةٍ أَوْ مَتَاعٍ زَبَدٌ مِثْلَهُ ۚ كَذَلِكَ يَضْرِبُ اللَّهُ الْحَقَّ وَالْبَاطِلَ ۗ فَأَمَّا الزَّبَدُ فَيَذْهَبُ جُفَاءً ۗ وَأَمَّا مَا يَنْفَعُ النَّاسَ فَيَمْكُثُ فِي الْأَرْضِ ۗ كَذَلِكَ يَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ ﴿١٧﴾

"Dia telah menurunkan air dari langit, lalu mengalirlah air itu di lembah-lembah sesuai dengan ukurannya. Arus itu membawa buih yang mengambang. Dari apa (logam) yang mereka lebur dalam api untuk membuat perhiasan atau alat-alat, ada (pula) buih seperti (buih arus) itu. Demikianlah Allah membuat perumpamaan tentang hak dan batil. Buih akan hilang tidak berguna, sedangkan yang bermanfaat bagi manusia akan menetap di dalam bumi. Demikianlah Allah membuat perumpamaan."

Dalam tafsirannya menggambarkan bahwa sesuatu yang tidak memiliki nilai guna akan hilang seperti buih, sedangkan yang membawa manfaat bagi manusia akan tetap bertahan. Makna ini menunjukkan bahwa dalam pandangan Islam, setiap aktivitas harus berorientasi pada kemaslahatan (*maslahah*) dan menjauhkan kemudharatan (*mafsadah*). Ayat ini relevan karena menegaskan bahwa manusia cenderung memilih dan mempertahankan hal yang memberikan nilai guna nyata.

Pengaruh Layanan Sosial dan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Syariah

Penelitian menemukan bahwa variabel layanan sosial dan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah. Penelitian menekankan bahwa kelengkapan fitur layanan sosial dan finansial yang ditawarkan oleh bank syariah lewat aplikasi berimplikasi pada peningkatan minat nasabah untuk menggunakannya. Layanan tersebut mencakup kemudahan untuk melakukan aktivitas sosial, misalnya pembayaran ZISWAF dan layanan finansial yang dapat diakses sepenuhnya melalui *smartphone*, seperti pembiayaan syariah. Fitur-fitur tersebut memberikan nilai tambah bagi nasabah karena tidak hanya memenuhi kebutuhan transaksi finansial, tetapi juga kebutuhan sosial yang berfungsi sebagai sarana pendistribusian pendapatan masyarakat di berbagai wilayah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian Indrarini *et al.* (2025). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas dari fitur sosial dan finansial dalam aplikasi berkontribusi terhadap minat nasabah untuk memakai *mobile banking* syariah.

Dalam pandangan Islam, kegiatan sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf memiliki kedudukan yang sangat mulia. Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al-Hadid ayat 18:

إِنَّ الْمُسَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضْعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١٨﴾

"Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan, dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (balasannya) bagi mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak."

Menurut tafsirannya bahwa setiap bentuk kemudahan dalam menunaikan amal sosial merupakan bagian dari kebaikan yang dilipatgandakan oleh Allah. Maka, fasilitas layanan sosial yang disediakan dalam *mobile banking* syariah bukan sekadar

fitur teknologi, tetapi juga bentuk inovasi yang mendukung pelaksanaan ajaran Islam secara lebih efektif di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manusia bukan hanya mencari keuntungan material dari teknologi, tetapi juga mencari aspek sosial di dalamnya. Layanan sosial dan finansial yang disediakan oleh *mobile banking* syariah bukan hanya memudahkan hidup, tetapi juga memberikan rasa bahagia karena bisa berbagi dan berbuat baik kepada sesama.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Syariah

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari persepsi risiko terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah. Implikasi dari temuan ini adalah sebagian responden menyadari adanya potensi risiko dalam penggunaan aplikasi digital, seperti kekhawatiran terhadap keamanan data, kesalahan transaksi, atau gangguan sistem. Anggapan risiko tersebut tidaklah cukup kuat untuk melemahkan keinginan nasabah dalam memanfaatkan aplikasi *mobile banking* syariah. Yang artinya nasabah sudah memiliki akseptasi dan kepercayaan yang tinggi terhadap layanan digital perbankan syariah. Dengan kata lain, pengguna *mobile banking* syariah tidak lagi sepenuhnya dipengaruhi oleh rasa takut terhadap risiko, tetapi lebih fokus pada nilai kemudahan dan manfaat yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari.

Studi yang dilakukan Nazirah *et al.* (2022) mendukung hasil penelitian. Studi menjelaskan bahwa pengaruh risiko menjadi kecil dikarenakan nasabah jarang mengalami hal-hal yang menyebabkan timbulnya risiko seperti gagal dalam bertransaksi ataupun salah transfer. Akan tetapi, temuan penelitian ini bertolak belakang dengan hasil studi Anggraini *et al.* (2023). Ditemukan dalam penelitian itu bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan dari persepsi risiko terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dengan kata lain, semakin besar risiko yang dipersepsikan nasabah ketika bertransaksi, semakin kecil pula ketertarikan mereka terhadap *mobile banking*.

Secara fundamental, konsep risiko menurut pendapat Bauer (1960) menekankan bahwa setiap keputusan konsumen dapat memicu konsekuensi yang tidak terduga. Namun, temuan ini mengisyaratkan bahwa nasabah telah mempersepsikan risiko penggunaan *mobile banking* syariah sebagai hal yang relatif rendah, sehingga dimensi risiko tidak menjadi penentu utama dalam keputusan adopsi. Risiko dapat diminimalisir apabila pengguna memiliki rasa percaya terhadap keamanan sistem, menilai manfaat teknologi unggul dan memiliki riwayat pengalaman positif. Oleh sebab itu, persepsi risiko tidak lagi bertindak sebagai penghambat yang dominan.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Zalzalah ayat 7-8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

"Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah, dia akan melihat (balasan)-nya. Dan siapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarrah, dia akan melihat (balasan)-nya."

Menurut penafsirannya bahwa ayat tersebut memiliki makna setiap perbuatan manusia, sekalipun seberat butir *zarrah* akan mendapat balasan yang setimpal. Ayat ini memiliki pelajaran moral tentang sikap tanggung jawab dan rasa hati-hati dalam mengambil suatu tindakan. Oleh karena itu, pengguna *mobile banking* syariah dituntut untuk selalu berhati-hati dalam menjaga keamanan data pribadi ataupun saat bertransaksi. Disisi lain, bank syariah juga harus amanah dengan memastikan tidak adanya kebocoran data nasabah dan aplikasi *mobile banking* dipastikan aman karena setiap tindakan memiliki dampak baik maupun buruk yang kelak akan dipertanggungjawabkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mengacu pada hasil temuan dan pembahasan yang telah diuraikan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta layanan sosial dan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile banking* syariah. Sebaliknya, persepsi risiko tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan, yang mengindikasikan bahwa nasabah pada umumnya telah memiliki rasa percaya terhadap keamanan dan keandalan layanan yang tersedia. Meskipun memiliki keterbatasan pada desain penelitian yang *cross-sectional* dan subjektivitas kuesioner, studi ini memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah untuk mengoptimalkan fitur sosial dan finansial sebagai keunggulan kompetitif *mobile banking* syariah. Sebagai langkah strategis, bank syariah disarankan untuk terus menyederhanakan tampilan antarmuka aplikasi agar mudah dipahami oleh seluruh kelompok generasi, menyediakan ringkasan transaksi yang informatif, memperkuat transparansi penyaluran dana sosial, serta peningkatan responsivitas penanganan gangguan transaksi yang harus dikomunikasikan secara terbuka kepada para nasabah. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel seperti literasi digital, inklusi keuangan syariah, kepercayaan, *cyber security*, *social influence* melalui pendekatan longitudinal guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability*, 1-17. <https://doi.org/10.3390/su15139908>
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(2), 158-171. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p158-171>
- Anggraini, R. P., Mubyarto, N., & Addiarrahman. (2023). Analisis Technology

- Acceptance Model dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Mobile Banking Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Jambi. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1573–1585.
- Aprilia, Z. (2025, 2 September). *Netizen Heboh M-Banking BYOND Error, Bos BSI Buka Suara*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20250902112635-17-663539/netizen-heboh-m-banking-byond-error-bos-bsi-buka-suara>
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>
- Barquin, S., Buntoro, E., HV, V., & Pricillia, I. (2021). Emerging Markets Leap Forward in Digital Banking Innovation and Adoption. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/emerging-markets-leap-forward-in-digital-banking-innovation-and-adoption>
- BBC News Indonesia. (2023, 16 Mei). BSI diduga kena serangan siber, pengamat sebut sistem pertahanan bank “tidak kuat.” *BBC News Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cn01gdr7eero>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Finannafi’ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *E-Qien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Goodstats. (2024). Mobile Banking Terpopuler di Indonesia Tahun 2024. *Goodstats*. <https://data.goodstats.id/statistic/mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-2024-MdFQB>
- Habibah, U., & Nurafini, F. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf BSI. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 97–112.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 3, 2–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Ibrahim, M. (2024, 21 Agustus). BI Catat Transaksi Digital Banking Tumbuh 30,50 Persen di Juli 2024. *Info Bank News*. <https://infobanknews.com/bi-catat-transaksi-digital-banking-tumbuh-3050-persen-di-juli-2024/>
- Indrarini, R., Syam, N., & Fitrianto, A. R. (2025). Determining Interest and Use of Fintech in Syariah Banks in Indonesia (Case Study on Syariah Bank Indonesia (Bsi)). *Technium Business and Management*, 12, 38–51. <https://doi.org/10.47577/business.v12i.12613>
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam

- Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>
- Kuswandi, D., Ratih, S. W. W., Sahara, R., Widiarsih, & H., B. G. (2022). The Development Of The Banking Industry In The Digital Era In Indonesia. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 878–890.
- Lim, K. B., Low, K. H., Yeo, S. F., & Tan, C. L. (2025). Factors Influencing Generation Z 's Adoption of AI in Banking : An Extended Technology Acceptance Model Approach. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 12(4), 178–192. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2025.0410>
- Melasari, C., Suroso, A., & Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, *Privacy Risk*, *Time Risk*, dan *Financial Risk* Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat. *Performance*, 25(1), 11–23.
- Nazirah, U., Ashal, F. F., & Riza, A. (2022). Pengaruh Ketersediaan Fitur dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ulee Kareng. *Journal of Sharia Economics*, 3(2).
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- Osei, L. K., Cherkasova, Y., & Oware, K. M. (2023). Unlocking the Full Potential of Digital Transformation in Banking : A Bibliometric Review and Emerging Trend. *Future Business Journal; Springer Berlin Heidelberg*. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00207-2>
- Rahmawati, S., Suhendro., & Dewi, R. R. (2025). The Influence Perception of Convenience, Benefits, Safety and Risk on Interest in Using Mobile Banking Services. *Jrak*, 16(1), 31-47.
- Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah terhadap Minat Menabung melalui Bank Syariah di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 37–49. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p37-49>
- Simanjuntak, M. H. (2024, 20 Juni). BI: Transaksi perbankan digital meningkat capai Rp5.570,49 triliun. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/4160283/bi-transaksi-perbankan-digital-meningkat-capai-rp557049-triliun>
- Sudarsono, H., Kholid, M. N., Trisanty, A., & Maisaroh, M. (2022). The Intention of Muslim Customers to Adopt Mobile Banking: The case of Islamic Banks in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2154102>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Warni, F. S., & Indrarini, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Syariah Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menjadi

Nasabah pada Bank Syariah di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 8(1), 53-69.

Wicaksono, S. R. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model. *Seribu Bintang*.

Wulandari, D. R., & Meylianingrum, K. (2024). Determinant of the Customer Interest Factor in Using Bsi Mobile Banking. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 10(1), 170-187. <https://doi.org/10.19109/ttgdjf69>

Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi (Ekonomi dan Perbankan Syariah)*, 6(1), 75-89.