

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

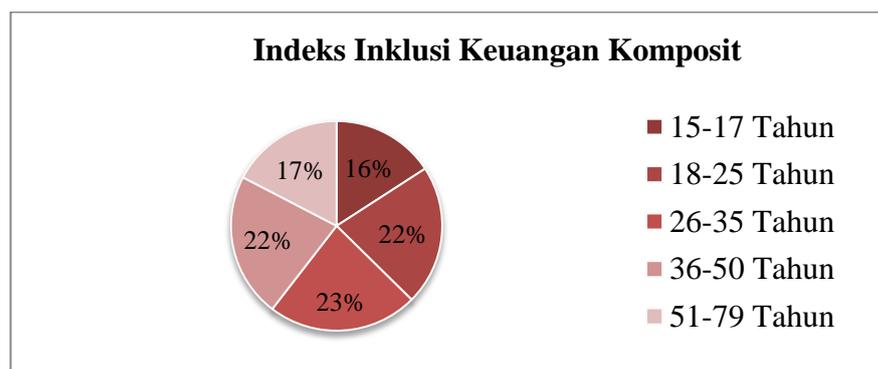
Perkembangan layanan digital lembaga keuangan khususnya perbankan syariah mulai terlihat dari awal tahun 2000-an. Dengan berjalannya waktu, usaha perbankan syariah untuk meningkatkan daya saing diantara ketatnya persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu bank yang pertama memelopori layanan perbankan berbasis digital yaitu Bank Muamalat. Memasuki tahun 2010, layanan digital seperti mobile banking mulai diperkenalkan melalui beberapa bank syariah diantaranya BRI Syariah, Mandiri Syariah dan BNI Syariah, yang setelah itu diikuti oleh perkembangan dengan fitur-fitur yang lebih maju. (Nurjannah et al., 2024)

Perubahan ke era digital ini tidak sekedar memudahkan akses pengguna bagi nasabah, akan tetapi juga memberikan peluang untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia. Kemajuan ini juga meminta kesiapan masyarakat utamanya dalam literasi digital dan pemahaman mengenai produk-produk perbankan syariah yang berbasis digital (Muhlis & Sudirman, 2021) . Layanan digital perbankan syariah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* syariah. *Mobile Banking* adalah suatu transaksi perbankan melalui telepon seluler atau

*smartphone* yang memudahkan pengguna untuk mengaksesnya kapan saja dan dimana saja melalui aplikasi. (Kusnadi et al., 2023)

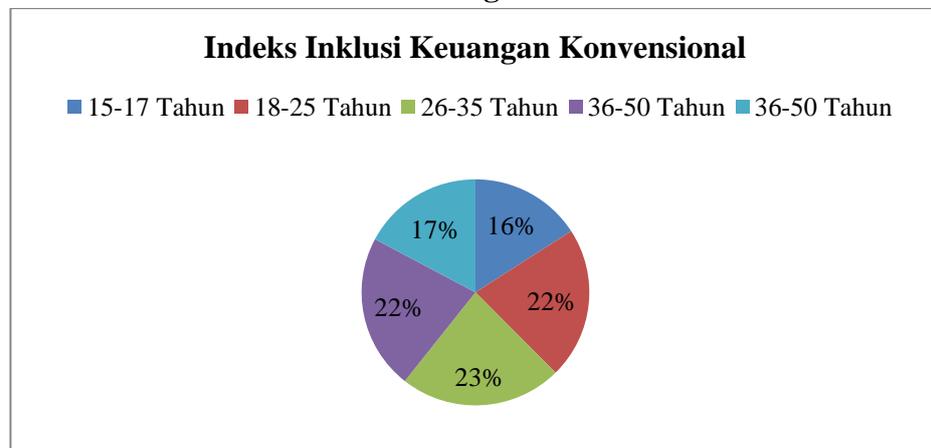
Keyakinan dalam memilih layanan digital perbankan syariah dapat memberikan pengaruh sikap dan juga tindakan untuk menaikkan kualitas terhadap pengambilan keputusan untuk mewujudkan kesejahteraan keuangan masyarakat, hal ini berkaitan dengan inklusi keuangan masyarakat. Inklusi keuangan adalah upaya yang dilakukan secara sistematis untuk menegaskan seluruh masyarakat tanpa memandang latar belakang sosial maupun ekonomi, bisa mengakses, dan menggunakan layanan keuangan secara adil dan efektif dalam sistem perekonomian (Sarma & Pais, 2011). Berikut beberapa indeks inklusi keuangan dalam survei nasional berdasarkan kelompok umur yaitu:

**Gambar 1.1**  
**Indeks Inklusi Keuangan Komposit**



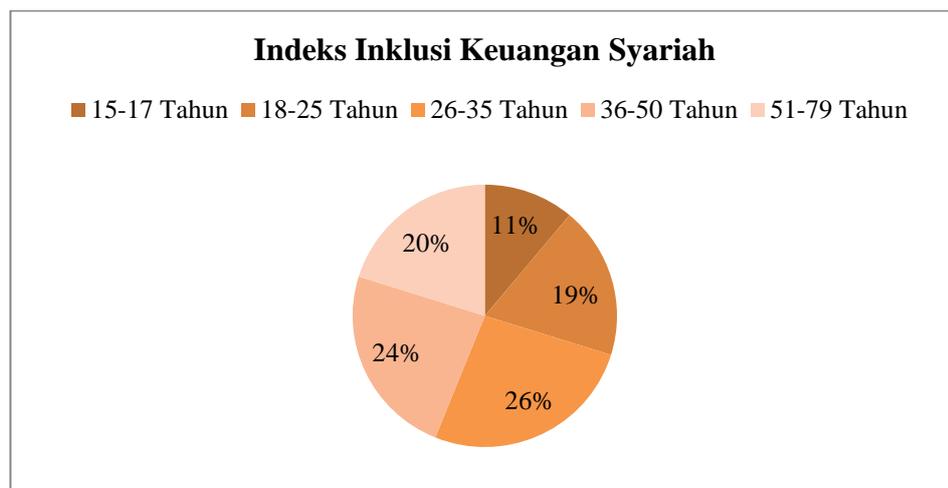
Sumber: OJK dan BPS, 2024

**Gambar 1.2**  
**Indeks Inklusi Keuangan Konvensional**



Sumber: OJK dan BPS, 2024

**Gambar 1.3**  
**Indeks Inklusi Keuangan Syariah**



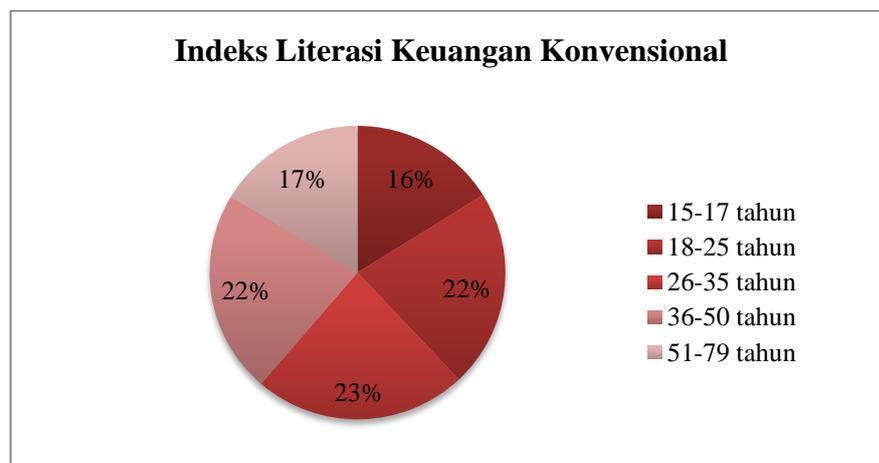
Sumber: OJK dan BPS, 2024

Dalam tiga gambar diagram diatas mengindikasikan bahwa indeks inklusi keuangan yang tertinggi adalah menurut kelompok umur 25-35 tahun, 36-50 tahun, dan 18-25 tahun, dengan indeks inklusi komposit diantaranya sebesar 84,28%, 81,51%, dan 79,21% serta indeks inklusi konvensional diantaranya sebesar 83,02%, 79,75% dan 78,07%. Sebaliknya, indeks inklusi terendah yaitu kelompok umur 15-17 tahun dan

51-79 tahun, dengan indeks inklusi komposit diantaranya sebesar 57,19% dan 63,53% serta indeks konvensional diantaranya 57,16% dan 61,89%. Pada indeks inklusi syariah, kelompok 26-35 tahun, 36-50 tahun, dan 52-79 tahun adalah yang tertinggi, yaitu diantaranya sebesar 15,69%, 14,16%, dan 12,03%. Indeks inklusi syariah terendah ada pada kelompok umur 15-17 tahun dan 18-25 tahun, yaitu diantaranya sebanyak 6,61% dan 11,18%. Antara indeks inklusi komposit maupun konvensional dengan indeks inklusi syariah ditemukan celah yang sangat besar. Hal ini bisa mempengaruhi keputusan masyarakat terhadap produk ataupun layanan keuangan syariah yang hingga kini masih tergolong rendah, sehingga banyak diantara mereka belum menggunakan produk ataupun layanan keuangan syariah.

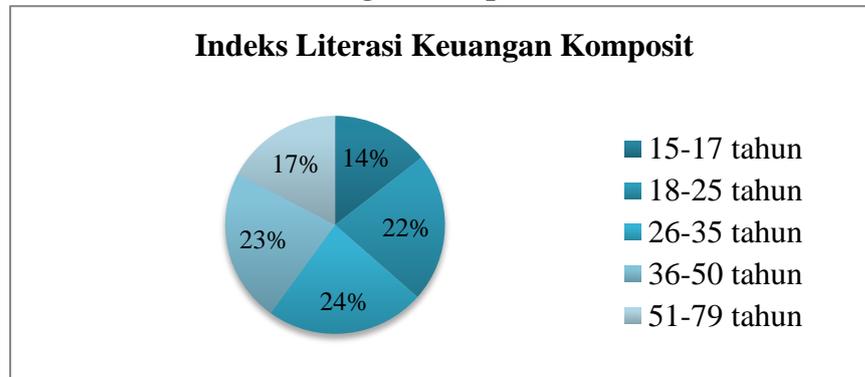
Adapun indeks literasi keuangan berdasarkan kelompok umur menurut OJK dan BPS pada tahun 2024, yaitu

**Gambar 1.4**  
**Indeks Literasi Keuangan Konvensional Berdasarkan Umur**



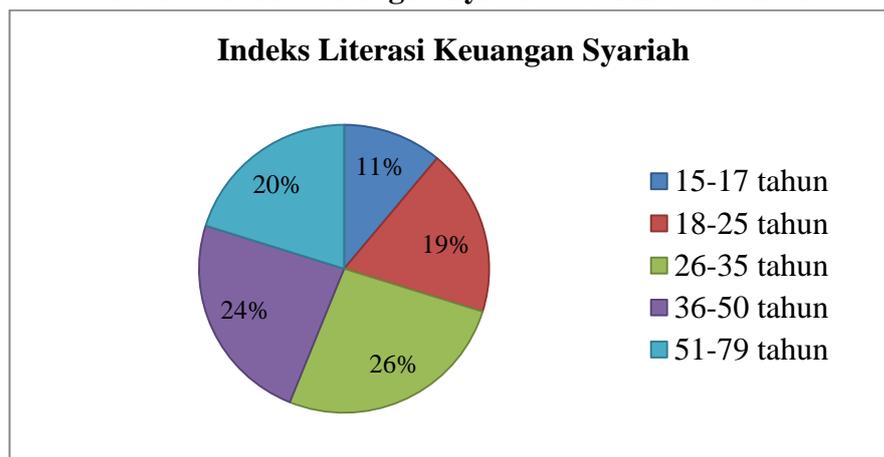
Sumber: OJK dan BPS, 2024

**Gambar 1.5**  
**Indeks Literasi Keuangan Komposit Berdasarkan Umur**



Sumber: OJK dan BPS, 2024

**Gambar 1.6**  
**Indeks Literasi Keuangan Syariah Berdasarkan Umur**



Sumber: OJK dan BPS, 2024

Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan yang tertinggi yaitu pada kelompok umur 26-35 tahun, 36-50 tahun, dan 18-25 tahun, dengan indeks literasi komposit diantaranya sebesar 74,82%, 71,72%, dan 70,19%, indeks literasi konvensional diantaranya sebesar 74,47%, 71,31%, dan 69,78% dan indeks literasi syariah diantaranya sebesar 50,32%, 43,99%, dan 42,94%. Sebaliknya, yang memiliki indeks literasi keuangan terendah yaitu kelompok umur 15-17 tahun dan 51-79 tahun, dengan indeks literasi

komposit diantaranya sebesar 51,70% dan 52,51%, indeks literasi konvensional diantaranya sebesar 51,50% dan 52,24%, dan indeks literasi syariah diantaranya sebesar 25,54% dan 26,76%.

Generasi Z lebih akrab dengan dunia digital dan terbuka untuk mencoba layanan keuangan baru selama layanan tersebut aman, nyaman, dan mudah digunakan (A. M. Abu Daqar et al., 2020). Generasi Z terlahir di era yang sangat canggih, dimana internet dapat diakses oleh semua kalangan. Sehingga generasi Z sangat bergantung pada teknologi sebagai sarana informasi dan selalu terhubung dengan smartphone yang terkoneksi dengan internet. Gazali dalam (Kristyowati, 2021) menjelaskan karakteristik generasi Z yaitu multitasking, dimana dapat mengerjakan pekerjaan secara bersamaan; Teknologi, mereka sangat ketergantungan dengan teknologi terutama yang berbasis dengan internet; Terbuka, generasi Z mudah penasaran terhadap hal-hal yang baru dan suka mencoba hal baru tersebut; Audio Visual, generasi yang lebih menikmati audio dan visual dibandingkan dengan tulisan; kreatif, dengan banyaknya sumber informasi yang didapat melalui gadget, sehingga membuat generasi Z lebih kreatif; inovatif, selalu membuat inovasi-inovasi yang mempermudah hidup karena ketidakpuasan dalam suatu hal; kritis dan kolaborasi karena mereka lebih suka berkolaborasi sesama generasi untuk memecahkan masalah. Adapun jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur generasi Z perkota yaitu berkisar antara 13-28 tahun di Kalimantan Selatan, yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk Gen Z di Kalimantan Selatan**

<b>Kelompok Umur</b>	<b>Kab/Kota</b>	<b>Jumlah Penduduk</b>
<b>10-29</b>	<b>Tanah Laut</b>	<b>113.641</b>
<b>10-29</b>	<b>Kota Baru</b>	<b>115.540</b>
<b>10-29</b>	<b>Banjar</b>	<b>201.766</b>
<b>10-29</b>	<b>Barito Kuala</b>	<b>100.882</b>
<b>10-29</b>	<b>Tapin</b>	<b>61.796</b>
<b>10-29</b>	<b>Hulu Sungai Selatan</b>	<b>73.723</b>
<b>10-29</b>	<b>Hulu Sungai Tengah</b>	<b>84.471</b>
<b>10-29</b>	<b>Hulu Sungai Utara</b>	<b>80.449</b>
<b>10-29</b>	<b>Tabalong</b>	<b>86.020</b>
<b>10-29</b>	<b>Tanah Bumbu</b>	<b>126.017</b>
<b>10-29</b>	<b>Balangan</b>	<b>44.463</b>
<b>10-29</b>	<b>Kota Banjarmasin</b>	<b>238.309</b>
<b>10-29</b>	<b>Kota Banjarbaru</b>	<b>94.779</b>

Sumber: BPS Kota Banjarmasin

Keputusan pengguna yaitu sikap seseorang untuk membeli maupun menggunakan suatu produk, baik yang berupa barang atau jasa yang dapat memberikan kepuasan terhadap dirinya dan bersedia menanggung apapun resiko yang mungkin ditimbulkan dari keputusan tersebut (Kodu, 2013). Diantara faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan berdasarkan keamanan (*security*) menurut (Wulandari &

Mulyanto, 2024) yaitu privasi dan resiko. Selain itu juga berdasarkan faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran/pengalaman, keyakinan/kepercayaan dan sikap.

Keamanan yaitu upaya untuk mengamankan aset informasi dari berbagai risiko yang suatu saat akan terjadi. Keamanan yaitu bagaimana bisa mendeteksi maupun mencegah penipuan disistem berbasis informasi. (Suryani & Koranti, 2022), Seperti dalam Al-Qur'an yang menerangkan mengenai keamanan yaitu sebagai berikut:

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَٰئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُّهْتَدُونَ

Artinya: *“Orang-orang yang beriman dan tidak mencampuradukkan iman mereka dengan kedzaliman (syirik), mereka itulah yang akan mendapat keamanan dan mereka itu adalah orang-orang yang mendapat petunjuk.”* (QS.Al-An'am/6:82)

Dalam ayat diatas menerangkan bahwa keamanan sejatinya hanya dimiliki oleh orang-orang yang beriman tanpa mencampuradukkan keimanan mereka dengan perbuatan syirik. Keamanan yang dimaksud yaitu keamanan di dunia seperti hati yang tenang jauh dari kegelisahan, dan keamanan diakhirat terbebas dari azab Allah.

persepsi merupakan tahapan yang dipakai pada setiap individu untuk mengaplikasikan, menggolongkan, memilih, pendapat yang berkaitan dengan informasi agar mereka memilih suatu pemahaman yang lebih bermakna untuk dirinya. persepsi yaitu langkah-langkah seseorang untuk mengartikan, memilih serta mengaplikasikan informasi yang telah diperoleh dari lingkungannya. (Saifuddin, 2018). Persepsi tidak secara otomatis memberikan kita konsep yang bersifat objektif tentang sesuatu,

karena persepsi selalu dipengaruhi oleh sudut pandang tertentu.(Hoerl, 1998)

Allah swt. Berfirman dalam surah Al-An'am ayat 7 yang berbunyi:

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالِ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا

سِحْرٌ مُّبِينٌ ﴿٧﴾

Artinya: “dan kalau Kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata." (Q.S Al-An'am/6:7)

Ayat di atas menerangkan tentang kemampuan indera manusia yang bisa merespon adanya sentuhan terhadap dirinya. Allah Swt telah menciptakan manusia dengan segala keistimewannya, diantaranya yaitu proses dan fungsi persepsi yang lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk yang lainnya.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi yang mengubah cara masyarakat, khususnya generasi Z, dalam bertransaksi keuangan. Generasi Z, yang sangat bergantung pada teknologi digital, memiliki preferensi terhadap layanan yang praktis, cepat, dan aman. Namun, meskipun memiliki potensi besar sebagai pengguna layanan perbankan digital, mereka cenderung lebih berhati-hati terkait masalah keamanan dan kesesuaian layanan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh dalam keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah oleh generasi Z di Kota Banjarmasin, guna memberikan wawasan yang

berguna dalam pengembangan strategi dan produk layanan yang lebih relevan dan efektif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh keamanan dan persepsi terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan Penelitian Permatasari (2022) dan Masiaga et al (2022) variabel Keamanan dan Persepsi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin ,sementara dalam penelitian Sukmawati & Kowanda, (2022) ternyata variabel Keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan latar belakang masalah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEAMANAN DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN DIGITAL PERBANKAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keamanan dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin?
2. Apakah keamanan dan persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan persepsi secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan persepsi secara sparsial terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin

## **D. Signifikansi Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan permasalahan yang sama namun dari sudut pandang yang berbeda.

2. Bagi UIN Antasari Banjarmasin, Penulisan ini bisa menjadi tambahan khazanah khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta berbagai pihak yang memiliki kepentingan didalamnya.

## **E. Definisi Operasional**

### 1. Keamananan

Keamanan adalah situasi yang dimana seseorang atau sesuatu berada dalam keadaan terlindungi dari risiko, ancaman, maupun bahaya (Sindar, 2020) . Keamanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keamanan dari penipuan melalui email, SMS atau situs palsu, dan peretasan *mobile banking*.

### 2. Persepsi

Persepsi adalah pemahaman seseorang dalam menilai sesuatu ( Hadi, 2022). Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu penilaian dari generasi Z terhadap layanan digital perbankan syariah, sejauh mana mereka merasa layanan tersebut mudah digunakan dan dapat dipercaya.

### 3. Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan suatu kegiatan individu yang terlibat dalam keputusan penggunaan suatu barang atau jasa yang diinginkan. Keputusan penggunaan dalam penelitian ini adalah keputusan generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah yaitu *mobile banking*. (Gunawan, 2022)

### 4. Layanan Digital Perbankan Syariah

Layanan digital perbankan syariah adalah layanan perbankan yang menggunakan sarana elektronik yang dilakukan secara mandiri (Mamun & Ningsih, 2021). Layanan digital perbankan syariah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu *mobile banking*. Perbankan syariah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu Bank Syariah Indonesia, BTN Syariah, Bank Kalsel Syariah dan Bank Syariah lainnya yang ada di Kota Banjarmasin.

#### 5. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir di rentang tahun 1997 sampai 2012, tepatnya setelah generasi *millenium* atau generasi Y. (Arum et al., 2023), generasi Z yang dimaksud dalam penelitian ini adalah generasi z yang menggunakan layanan digital perbankan syariah.

### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan berisi tentang uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian.

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah, keamanan dan persepsi.

Bab III adalah metode penelitian. pada bab ini disajikan penentuan populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada di rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan, saran atas dasar penelitian.

**BAB II**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PENGUNAAN LAYANAN DIGITAL PERBANKAN SYARIAH PADA  
GENERASI Z**

**A. KEPUTUSAN PENGUNAAN**

**1. Pengertian Keputusan Pengunaan**

Keputusan Penggunaan adalah tahapan pengambilan keputusan konsumen memutuskan untuk memilih membeli atau tidak suatu produk tertentu (Sawlani, 2021). Keputusan penggunaan merupakan suatu tahapan kegiatan, tindakan maupun proses yang dilalui oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan keputusan konsumen membeli produk barang maupun jasa (Gunawan, 2022).

Menurut Philip Kotler Keputusan Pembelian (*purchase desicion*) adalah membeli suatu produk yang di inginkan, akan tetapi dua faktor bisa berada antara keputusan pembelian dan niat pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, misalnya jika berpikir untuk membeli barang yang paling murah, maka peluang untuk membeli barang yang lebih mahal akan berkurang. faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan, namun kejadian tak terduga bisa mengubah niat pembelian. Contohnya seseorang berbagi pengalaman negatif karena membeli suatu barang yang diminati. Oleh sebab itu keinginan dan niat

pembelian tidak selalu menimbulkan pilihan pembelian yang sesuai dengan kenyataan (Kotler, 2008).

## **2. Indikator Keputusan Penggunaan**

Adapun menurut (Wulandari, 2024) indikator keputusan penggunaan sebagai berikut:

### a. Kecepatan dalam melakukan penggunaan

Konsumen mengambil keputusan secara cepat dari segi kemudahan, keamanan, faktor harga, maupun ulasan produk.

### b. Kemantapan dalam melakukan penggunaan.

Setelah melalui beberapa pilihan, konsumen akan menentukan satu yang dianggap sesuai untuk dimiliki. Pada tahap ini, konsumen biasanya merasakan kemantapan dalam menggunakan produk yang telah dipilih.

### c. Keyakinan dalam melakukan penggunaan.

Konsumen menentukan pilihan terhadap suatu layanan berdasarkan kualitas serta berbagai faktor lain yang membuat mereka merasa yakin untuk menggunakan layanan tersebut sesuai dengan kebutuhannya.

## **3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Penggunaan adalah sebagai berikut:

### a. *Corporate Social Responsibility*, keputusan pembelian dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan.

- b. Lingkungan, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh lingkungan toko (*Store environment*).
- c. Aspek Harga.
- d. *Word of Mouth*, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh pemasaran dari mulut ke mulut.
- e. Kualitas Pelayanan
- f. Keamanan, Privasi dan Risiko
- g. Kepercayaan Merek
- h. Kemudahan Penggunaan yang dirasakan konsumen
- i. Minat beli.
- j. Online Customer Rating

## **B. KEAMANAN**

### **1. Pengertian Keamanan**

Keamanan (*security*) adalah situasi yang menunjukkan keadaan yang terbebas dari ancaman maupun bahaya yang berhubungan dengan segala bentuk aksi kriminal, tindak pidana atau kejahatan. Keamanan yaitu topik yang luas termasuk keamanan komputer terhadap hacker, keamanan finansial terhadap kehancuran ekonomi dan banyak situasi yang berhubungan lainnya.(Sindar, 2020). Keamanan mengacu pada kondisi di mana suatu sistem terlindungi dari kesalahan, kerusakan, peretasan, atau pencurian (Djaenudin & Prastowo, 2024)

Keamanan merupakan kondisi bebas dari bahaya maupun risiko, yang dimana suatu subjek atau sistem dilindungi dari ancaman-ancaman

yang suatu saat bisa membahayakan keberlangsungan atau keselamatan. Keamanan melibatkan upaya untuk melindungi informasi suatu sistem dari ancaman, gangguan maupun akses yang tidak sah yang dapat mengganggu kerahasiaan informasi tersebut.(Muni, 2024)

Sebagaimana dikutip dalam Heryana (2023) keamanan menurut John D. Howard yaitu tindakan antisipasi dari serangan pengguna komputer atau pengakses jaringan yang tidak bertanggung jawab. Adapun Keamanan menurut Gollman merupakan yang berkaitan dengan perlindungan awal dan mendeteksi terhadap virus yang tidak dikenal dalam sistem komputer.

## **2. Indikator Keamanan**

Adapun dalam (Sawhani, 2021), indikator keamanan yaitu sebagai berikut:

### **a. Jaminan keamanan**

Jaminan keamanan yaitu bentuk perlindungan yang tepat terhadap teknologi informasi yang digunakan misalnya melalui fitur keamanan, seperti adanya PIN pada ATM.

### **b. Kerahasiaan data**

Kerahasiaan data adalah karakteristik data yang menekankan bahwa informasi yang dimaksud tidak boleh diakses atau diketahui oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk mengetahui atau mengaksesnya.

### 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keamanan

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi keamanan yaitu sebagai berikut:

- a. Keamanan sistem informasi, dengan cara apa kita bisa mencegah penipuan (*cheating*) atau mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi.
- b. Keamanan informasi, usaha untuk melindungi aset informasi dari potensi ancaman.
- c. Teknologi Informasi, yaitu perpaduan antara teknologi komputasi (pengolahan informasi) dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk mengelola suara, data dan video.
- d. Jaringan (*Network*), yaitu sistem yang terdiri dari dua maupun lebih komputer yang saling terhubung dan berfungsi untuk melakukan pertukaran data.

## C. PERSEPSI

### 1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan tahapan dimana seseorang mengatur, memilih serta menjelaskan pengaruh dalam bentuk arti dan gambar. Dapat juga diartikan sebagai gambaran individu terhadap lingkungan disekitarnya. Dalam perilaku konsumen, persepsi menjadi salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi sebab adanya persepsi konsumen bisa menentukan minat dan keputusan menggunakan sesuatu. (Sinulingga, 2023)

Menurut Philip Kotler persepsi (*perception*) adalah proses dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan makna dalam pikiran mereka. Orang dapat membentuk persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga proses yang berhubungan dengan rangsangan sensorik yaitu atensi selektif (konsentrasi pada suatu hal), distorsi selektif (menyesuaikan informasi agar sesuai dengan pandangannya sendiri) dan retensi selektif (mengingat informasi tertentu yang dianggap penting). Persepsi itulah yang akan memengaruhi keputusan penggunaan suatu produk (Kotler, 2008)

Sebagaimana dikutip dalam Simbolon (2008) menurut pendapat McShane dan Von Glinow persepsi yaitu proses penerimaan informasi dan pemahaman tentang lingkungan. Kesimpulannya persepsi berkaitan dengan bagaimana seseorang menerima informasi dan menyesuaikan dengan lingkungannya.

## **2. Indikator Persepsi**

Adapun menurut Bimo Walgito dalam (Nuraini et al., 2021) persepsi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

### **a. Penerimaan**

Penerimaan yaitu bagaimana seseorang tertarik untuk mencoba menggunakan suatu layanan.

### **b. Pemahaman**

Pemahaman adalah sejauh mana seseorang memahami cara kerja dari layanan tersebut.

c. Penilaian

penilaian merupakan pendapat seseorang mengenai kualitas serta manfaat dari layanan.

### **3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Robbins dalam (Kurniawan, 2020) yaitu sebagai berikut:

- a. Pelaku Persepsi, yaitu individu yang persepsinya dipengaruhi oleh berbagai karakteristik seperti motivasi, perilaku, pengalaman sebelumnya, kepentingan pribadi serta harapan.
- b. Target Persepsi, yaitu objek atau sasaran yang diamati, dimana karakteristiknya dapat memengaruhi bagaimana persepsi terbentuk
- c. Faktor lingkungan dan situasi, mencakup elemen-elemen seperti waktu, kondisi tempat kerja, serta lingkungan sosial yang turut berpengaruh terhadap persepsi seseorang.

## **D. LAYANAN DIGITAL PERBANKAN SYARIAH**

### **1. Pengertian Layanan Digital Perbankan Syariah**

Layanan Digital Perbankan atau disebut “Digital Banking” merupakan bentuk layanan ataupun aktivitas perbankan yang memanfaatkan perangkat elektronik atau media digital milik bank, layanan ini memungkinkan nasabah untuk secara mandiri membuka rekening, mengakses informasi, melakukan registrasi, serta memenuhi

berbagai kebutuhan perbankan lainnya. Layanan Digital Perbankan merupakan suatu kesempatan bisnis yang memanfaatkan aset-aset serta kemampuan digital agar menciptakan layanan-layanan baru yang bernilai untuk para nasabah, sehingga menciptakan pembeda (*new value*), inovasi bisnis dan sumber-sumber pendapatan yang baru bagi bank. Layanan digital yaitu sebuah konsep besar dalam pengembangan layanan digital dan penyajian produk-produk perbankan melewati jalur-jalur elektronik yang lebih nyata dan terbaru. Layanan digital sering disebut menjadi beberapa istilah yaitu *electronic banking*, *cyber banking*, *home banking* atau *virtual banking*, meliputi aktivitas-aktivitas perbankan yang bisa diakses dimana saja. (Akyuwen, 2010)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan digital perbankan adalah bentuk layanan perbankan elektronik yang dirancang dengan mengoptimalkan penggunaan data nasabah dalam konsep memberikan pelayanan yang lebih cepat, praktis, serta sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta dapat dilakukan dengan cara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi seperti layanan digital contohnya mobile banking, Mobile banking adalah aplikasi layanan perbankan yang bertujuan untuk memudahkan transaksi nasabah tanpa harus datang langsung dan melakukan transaksi di loket, di mana terkadang diperlukan antrean untuk mendapatkan layanan perbankan makin mudah, karena adanya dukungan dari infrastruktur jaringan yang

baik, jaringan koneksi baru dan sebagainya (Ramli et al., 2021). Perkembangan layanan digital yang memungkinkan dibuatnya *m-Banking* makin membuat nasabah lebih mudah melakukan transaksi perbankan tanpa bantuan *teller*. (Hie, 2021)

## **2. Perkembangan Layanan Digital Perbankan Syariah**

Perkembangan layanan digital perbankan syariah pada awal digitalisasi sekitar tahun 2000 hingga 2010 layanan masih terbatas hanya melalui *internet banking* dan *SMS Banking* dengan fitur cek saldo dan transfer antar rekening. Memasuki tahun 2011 sampai 2018, perbankan syariah mulai mengadopsi *mobile banking* serta menyediakan layanan *virtual account* untuk transaksi berbasis syariah. Perkembangan semakin pesat pada tahun 2019 hingga 2020 dengan hadirnya fitur verifikasi identitas untuk keamanan transaksi, integrasi QRIS serta munculnya bank digital syariah. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, menuntun perbankan agar lebih mengoptimalkan pelayanan dengan membuat layanan digital perbankan. Tujuannya agar mampu menyediakan pelayanan dengan kualitas terbaik kepada nasabah dan meningkatkan kualitas operasionalnya. Memasuki era digital, sektor perbankan semakin terus menerus melakukan pengembangan layanan digital perbankan. Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam sektor keuangan dan perbankan muncul produk-produk terbaru yang mengancam

kehadiran bank konvensional. Secara bertahap, layanan perbankan bertransformasi menjadi digital banking. Dengan adanya layanan digital banking nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor cabang hanya untuk sekedar membuka rekening atau melakukan transaksi keuangan, tetapi semua bisa dilakukan secara mandiri (*self service*) melalui *handphone*. (Mutiasari, 2020)

Dalam Islam, transaksi keuangan harus dilandasi dengan prinsip keadilan dan kerelaan antar pihak. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِلَيْطٍ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu...”

Ayat ini menjadi dasar bahwa setiap transaksi, termasuk dalam layanan digital perbankan syariah, harus dilandasi dengan akad yang sah dan dilakukan secara transparan tanpa adanya unsur penipuan atau ketidakjelasan (*gharar*). Transaksi digital harus memastikan adanya keridhaan kedua belah pihak, meskipun dilakukan tanpa tatap muka secara langsung. (Sholeh, A. N., 2021)

## E. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang di rasa relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Permatasari (2022), judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking	Persamaannya terdapat pada variabel persepsi dan keamanan, dan metode penelitiannya kuantitatif.	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel Y nya kepuasan pelanggan sedangkan penulis keputusan penggunaan.	Hasil dan kesimpulan peneliti ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam

	BCA”			menggunakan mobile banking BCA. Hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Masiaga (2022), judul penelitian “Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Manado	Persamaannya terdapat pada variabel X1 yaitu Keamanan, dan Metode Penelitian kuantitatif	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah Variabel X2 nya yaitu kepercayaan sedangkan	Hasil dan kesimpulan peneliti ini menyimpulkan bahwa Keamanan dan kepercayaan secara bersama –

	<p>Yang Berbelanja Secara Online di Lazada.Com”</p>		<p>penulis menggunakan variabel Persepsi</p>	<p>sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja secara online di Lazada.com Kota Manado. Keamanan secara parsial berpengaruh positif signifikan kepuasan pelanggan yang berbelanja secara online di Lazada.com</p>
--	---	--	--	---

				Kota Manado.
3	Sukmawati & Kowanda, (2022) judul penelitian “Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat	Persamaannya terdapat pada variabel Keamanan dan Persepsi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan 3 variabel X sedangkan penulis menggunakan 2 variabel X	Hasil dan kesimpulan peneliti ini menyimpulkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan e-wallet Gopay. variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan e-

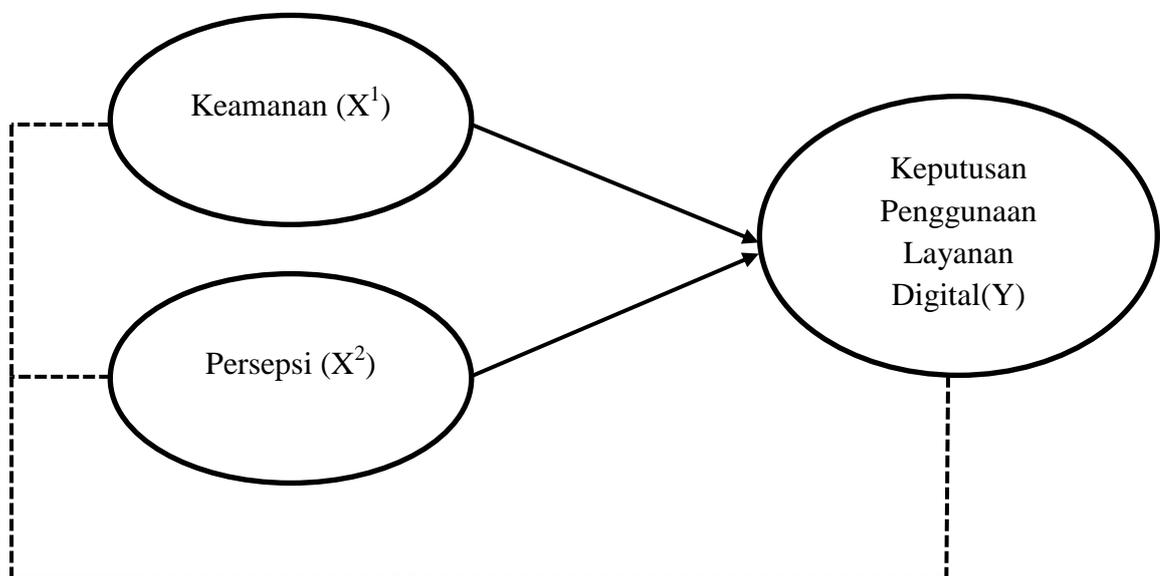
				wallet Gopay. variabel persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan e- wallet Gopay
4	Setyarko, (2016)  Judul Penelitian  “Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online	Persamaannya terletak pada Variabel Persepsi dan keputusan pembelian. Dan sama- sama menggunakan metode kuantitatif.	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan 4 Variabel X dan 1 Variabel Y, sedangkan penulis hanya menggunakan 2 Variabel X dan 1 variabel	Hasil dan kesimpulan peneliti ini menyimpulkan bahwa Persepsi harga diketahui tidak berpengaruh dalam keputusan pembelian produk online. Dalam

			Y	membeli produk online, persepsi konsumen terhadap harga suatu produk tidak lagi menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan.
--	--	--	---	--

## F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keamanan dan persepsi penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin. Kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Ilustrasi Kerangka Berpikir**



Keterangan: -----> Pengaruh Simultan

—————> Pengaruh Parsial

## **G. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang akan diuji kebenarannya dengan data yang akan dikumpulkan melalui penelitian. Adapun hipotesis dalam yang di duga dalam penelitian ini adalah:

### Hipotesis I

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

### Hipotesis II

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

H<sub>a</sub>: Terdapat Pengaruh persepsi terhadap keputusan penggunaan layanan digital perbankan syariah pada generasi Z di Kota Banjarmasin.