

## **Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***

**Dwi Setyaningrat,<sup>1</sup> Imam Annas Mushlihin,<sup>2</sup> Arif Zunaidi<sup>3</sup>**

IAIN Kediri

<sup>1</sup>*dwiningrat2903@gmail.com*, <sup>2</sup>*annasmushlihin@gmail.com*,

<sup>3</sup>*arifzunaidi@iainkediri.ac.id*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to investigate the influence of banking digitalization via the Technology Acceptance Model (TAM) at Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk on sharia bank customers' financial inclusion. A qualitative technique, including case studies, was used in the investigation. Data was gathered through interviews, observation, and documentation, and it was supplemented with relevant literature. According to the findings of the study, banking digitalization at BSI Kediri KC Hayam Wuruk via BSI Mobile has met the TAM criteria of convenience and utility. The TAM model has three critical elements: attitude toward behavior, behavioral intention, and behavior, which describe consumer interest and behavior in using BSI Mobile. This strategy likewise emphasizes trust and security guarantees as major benefits. With considerable user growth from 2021 to 2022, BSI Mobile was able to increase financial inclusion clients. This demonstrates that an increasing number of clients are gaining access to financial services through this platform. Financial inclusion is achieved by enhancing service accessibility, availability, and utilization, with an emphasis on customer and community involvement, as well as by providing uniform amenities across offices and BSI Mobile. Overall, the digitalization of banking through BSI Mobile has resulted in favorable outcomes in terms of enhancing the reach of financial services and increasing the financial inclusion of Bank Syariah Indonesia clients in the Kediri Hayam Wuruk KC area.*

**Keywords:** *Banking Digitalization; Technology Acceptance Model (TAM); Financial Inclusion; Sharia Bank Customers*

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak digitalisasi perbankan melalui Technology Acceptance Model (TAM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk terhadap inklusi keuangan nasabah bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta diperkuat dengan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan di BSI Kediri KC Hayam Wuruk melalui BSI Mobile telah memenuhi asas kemudahan dan kemanfaatan dalam perspektif TAM. Terdapat tiga elemen kunci dalam model TAM, yaitu sikap terhadap perilaku, niat berperilaku, dan perilaku, yang mencerminkan*

*minat dan perilaku konsumen dalam menggunakan BSI Mobile. Model ini juga menonjolkan kepercayaan dan jaminan keamanan sebagai keunggulan utama. BSI Mobile berhasil meningkatkan nasabah inklusi keuangan dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2022. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak nasabah yang dapat mengakses layanan keuangan melalui platform ini. Inklusi keuangan diwujudkan melalui peningkatan aksesibilitas, ketersediaan, dan penggunaan layanan, dengan fokus pada nasabah dan pemberdayaan masyarakat, serta penyediaan fasilitas yang seragam antara kantor dan BSI Mobile. Secara keseluruhan, digitalisasi perbankan dengan BSI Mobile telah membawa manfaat positif dalam memperluas jangkauan layanan keuangan dan meningkatkan inklusi keuangan nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah KC Kediri Hayam Wuruk.*

**Kata Kunci:** *Digitalisasi Perbankan; Technology Acceptance Model (TAM); Inklusi Keuangan; Nasabah Bank Syariah*

## PENDAHULUAN

Di zaman modernisasi yang kini tengah berlangsung, kemajuan teknologi telah mempermudah masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas secara daring dengan cara yang lebih praktis. Hal ini terjadi baik dalam hal komunikasi, mempermudah proses pekerjaan, maupun memudahkan pencarian informasi.

Industri perbankan di Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan yang tidak hanya berupa persaingan melainkan adanya arus digitalisasi. Seiring perkembangan teknologi informasi (TI) yang mempengaruhi pola dan perilaku masyarakat, ternyata memberikan dampak terhadap industri melalui layanan perbankan digital. Transformasi digitalisasi perbankan menuntut semua Bank dalam memberikan layanan yang fleksibel namun tetap memberikan jaminan keamanan kepada nasabah (Puspitadewi, 2019).

Pada era digitalisasi ini persaingan dalam dunia perbankan berfokus terkait pemberian fasilitas pelayanan dan jasa. Dampak dari pertumbuhan digitalisasi ini terlihat dari fenomena-fenomena didalam pasar dan transaksi perdagangan. Persaingan yang mengarah pada penggunaan teknologi untuk kemudahan nasabah. Semakin berkembang digitalisasi dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan produk dan layanan di Bank (Gultom, 2022).

Penggunaan layanan *electric banking* merupakan wujud dari digitalisasi perbankan. Sikap masyarakat terhadap *multi channel* perbankan telah berkembang

dengan pesat. Layanan digital yang diberikan perbankan seperti ATM, *internet banking* serta *mobile banking*. Layanan *mobile banking* telah diperkenalkan sebagai saluran untuk melakukan pembayaran melalui *smartphone* nasabah. Fasilitas dalam *mobile banking* memberikan kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi *financial* (Iriani, 2018).

Digitalisasi perbankan dengan melalui *mobile banking* telah berkembang pesat di Indonesia. Hal ini terlihat dari pengguna layanan *mobile banking* yang terus meningkat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Berikut data jumlah pengguna layanan *mobile banking* di Indonesia tahun 2017-2022.

**Tabel 1. Jumlah Pengguna *Mobile Banking* di Indonesia Tahun 2017-2022**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2017	10.708.000
2.	2018	21.259.000
3.	2019	23.436.000
4.	2020	29.775.000
5.	2021	34.452.000
6.	2022	37.712.000

Sumber: Bank Indonesia dan Statistik Perbankan Indonesia OJK

Digitalisasi Perbankan adalah suatu kegiatan perbankan dimana transaksi-transaksi dilakukan menggunakan teknologi, kapanpun, dimanapun, dan tanpa batas waktu tertentu. Implementasi bank digital pada industri perbankan syariah akan mempermudah masyarakat yang awam tentang keuangan dan layanan perbankan. Selain mempermudah, digitalisasi perbankan juga dapat digunakan untuk mengakses produk-produk layanan keuangan yang ditawarkan dan mengajukan pembiayaan secara langsung (Winasis, 2020).

Terkait digitalisasi perbankan ini berhubungan dengan teknologi dalam pelayanan yang diberikan. Berdasarkan perspektif atau pandangan *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi. Suatu teknologi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat apabila dapat memenuhi dua asas utama, yaitu asas kemudahan dan asas kemanfaatan. Apabila dihubungkan dengan digitalisasi perbankan, maka TAM mengatur apakah digitalisasi perbankan dapat memberikan akses kemudahan dan kemanfaatan pada pemakainya sehingga mereka dapat menerima teknologi tersebut (Abdallah, 2016).

Menurut Rahayu, bahwa TAM memiliki dua persepsi yaitu kemudahan dan kemanfaatan. Faktor kemanfaatan ini berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan faktor kemudian memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan *mobile banking* (Rahayu, 2015). Menurut Syawali bahwa indikator kemudahan penggunaan dan kegunaan dari *mobile banking* BJB Digi mempengaruhi niat penggunaan (Syawali, 2023).

Bank Syariah Indonesia adalah bank syariah yang merupakan hasil merger dari berbagai bank syariah sebelumnya, yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang termaktub menjadi satu nama yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini merupakan penyatuan kelebihan dari ketiga bank syariah yang dapat menampilkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih besar, terutama dalam akses digital perbankan (DPR RI, 2019)

BSI saat ini sedang memperkuat layanan *digital banking*nya berupa BSI *mobile*. Dengan memperkuat proteksi digital agar terhindar dari *cybercrime*, menambah fitur-fitur yang berguna untuk mempermudah berbagai layanan perbankan bagi nasabah, dan inovasi-inovasi lainnya. BSI selalu konsisten melakukan inovasi baik dari segi produk ataupun layanannya. Digitalisasi Perbankan yang dilakukan oleh BSI ini terdiri dari BSI *Mobile* yang merupakan layanan digital berupa fasilitas berbagai layanan BSI dengan media *smartphone* (Sriani, 2020).

Pemanfaatan digitalisasi perbankan berupa BSI *Mobile* dalam meningkatkan Inklusi Keuangan, diperlukan sebuah teori penerimaan teknologi yang biasa disebut *Technology Acceptance Model*. TAM sendiri dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action-TRA*) yang menyatakan penerimaan pemakai sistem informasi ditentukan oleh dua faktor kunci yaitu kemanfaatan dan kemudahan. Digitalisasi dapat menjadikan nasabah dapat mengakses berbagai hal mengenai layanan perbankan dimanapun dan kapanpun. Keharusan seseorang untuk menggunakan teknologi dapat menjadikan seseorang tersebut dapat menerima suatu teknologi karena ada kemudahan dan kemanfaatan yang akan diterima (Nyoman, 2021).

Tingginya jumlah pengguna *digital banking* di Indonesia nampaknya tidak berlaku di BSI KC Kediri Hayam Wuruk. Hal ini dikarenakan, berdasarkan observasi

awal yang dilakukan oleh peneliti, Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kediri Hayam Wuruk yang terdiri dari komposisi Mahasiswa Muslim, Pensiunan, Guru, Pekerja Kantoran, Ibu Rumah Tangga, dan lain-lain, ditemukan bahwa penggunaan digital perbankan berupa BSI *Mobile* pada nasabah di BSI KC Kediri Hayam Wuruk berada di angka 23% atau sebanyak 219 nasabah, dengan pengguna terbanyak pada kelompok usia 18 – 24 dan 25 – 44 tahun. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, bahwa sebagian besar pengguna BSI *Mobile* adalah pada usia produktif atau usia muda. Angka pengguna digitalisasi perbankan pada BSI KC Kediri Hayam Wuruk ini terbilang sedikit dan masih minim.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Secara umum penelitian kualitatif sebagai metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif (Rukin, 2016). Kemudian analisis deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Adapun definisi deksripsi itu sendiri sebagai metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada ((Prihatiningsih, 2015).

Data yang diambil melalui data primer dengan melakukan wawancara pada beberapa narasumber seperti Manajer BSI KC Hayam Wuruk Kediri dan nasabah. Kemudian juga menggunakan data sekunder, yakni data-data yang telah ada. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung. Secara tidak langsung ini dikarenakan data diperoleh melalui perantara, yaitu melalui orang lain atau dokumen ((Fatihudin, 2015). Data yang diperoleh akan dicatat, dibaca, dan diolah untuk membantu menjawab permasalahan dalam penelitian. Kegiatan literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Restu, 2021). Data diperoleh melalui kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan uji

keabsahan data melalui pertama ketekunan pengamatan ini adalah metode yang dilakukan peneliti di BSI Kantor Cabang Kediri Hayam Wuruk dalam perannya meningkatkan inklusi keuangan yang ditinjau melalui TAM. Kedua triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang ada dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber, yakni selain wawancara dengan beberapa pihak BSI Kantor Cabang Kediri Hayam Wuruk.

## LANDASAN TEORI

### Digitalisasi Perbankan

Digitalisasi ialah sebuah layanan keuangan formal (perbankan) yang berfokus pada bagaimana sebuah layanan perbankan dapat mentransfer seluruh layanan yang mereka sediakan ke dalam berbagai media (*platform*) (Maharani, 2020). Kenyamanan merupakan nilai yang paling diutamakan seorang nasabah dalam menggunakan suatu teknologi baru dalam sistem keuangan formal (perbankan) yang tidak mengenal batas waktu operasional dan antrian yang panjang. Sehingga digitalisasi menjadi suatu layanan yang dapat menanamkan pengalaman positif dan menyenangkan bagi nasabah yang juga membantu perusahaan dalam mengembangkan layanan mereka.

Pengadaan teknologi merupakan syarat utama dalam mewujudkan digitalisasi perbankan pada lembaga layanan keuangan formal. Adanya teknologi informasi, lembaga perbankan dapat memberikan layanan kepada para nasabah tanpa batasan waktu, tempat, dan meminimalisir biaya operasional sekecil mungkin, sehingga dapat memberikan kenyamanan pada nasabah pengguna layanan digitalisasi ini. Melalui digitalisasi ini dapat meningkatkan layanan kepada nasabah secara personal sehingga menjadikan lembaga perbankan memasuki era baru yaitu era perbankan digital.

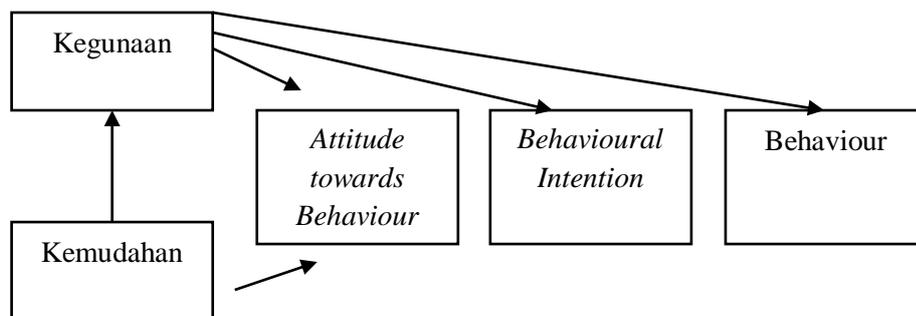
Digitalisasi perbankan dapat dilakukan mulai dari proses pembukaan rekening simpanan, transaksi sesama atau antar bank, penutupan rekening, hingga pengajuan kredit dapat dilakukan melalui teknologi ini (BI, 2022). Digitalisasi perbankan juga sebagai harapan berbagai lini baik itu nasabah dan perusahaan penyedia layanan keuangan, agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan pada level yang tinggi dibandingkan dengan layanan yang dilakukan secara manual (Morindu, 2020).

Pemerintah melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang mana lembaga perbankan diharapkan tetap berada pada misi utama dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas sebagai perwujudan inklusi keuangan yang salah satunya melalui media digital ini. Namun, tersedianya kemudahan-kemudahan pada digitalisasi perbankan, tentunya risiko yang dihadapi juga semakin tinggi, mulai dari risiko operasional, risiko strategi, dan risiko reputasi (Winansis, 2020).

**Technology Acceptance Model (TAM)**

TAM menyatakan bahwa penerimaan teknologi dibangun atas dua persepsi utama yaitu kemudahan dan kemanfaatan. TAM biasa digunakan untuk memahami hubungan antara manusia dengan penerimaan teknologi melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam TAM merupakan konstruksi yang paling penting untuk memprediksi penerimaan sistem informasi atau suatu teknologi (Widyastuti, 2020).

TAM dikembangkan oleh Davis berdasarkan model TRA. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk ini adalah kegunaan atau *usefulness* dan kemudahan *ease of use*. Kegunaan dan Kemudahan mempunyai dampak terhadap perilaku atau *behaviour* (Rochaty, 2017). *Technology Acceptance Model* memiliki pemetaan sebagai berikut:



a. Kegunaan (*Usefulness*)

Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan demikian jika seseorang percaya bahwa teknologi berguna maka dia akan menggunakannya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa

konstruk kegunaan berdampak pada penggunaan teknologi atau sistem informasi (Nur, 2019).

b. Kemudahan (*Ease of Use*)

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dapat disimpulkan bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

c. *Attitude towards Behaviour*

Konstruk ini didefinisikan sebagai perasaan-perasaan positif ataupun negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Mathieson menjelaskan bahwa *attitude towards behaviour* merupakan sebuah evaluasi konsumen tentang ketertarikannya menggunakan suatu teknologi.

d. *Behavioural Intention*

*Behavioural Intention* merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya.

e. *Behaviour*

Perilaku merupakan tindakan yang dilakukan seseorang. Aspek ini menjelaskan penggunaan sesungguhnya pada teknologi menggunakan parameter berapa jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi serta frekuensi penggunaannya (Noor, 2017).

Teknologi TAM dapat memberikan dua keunggulan, pertama *trust* atau kepercayaan adalah suatu kesediaan (*willingness*) seseorang yang memasrahkan dirinya terhadap pihak lain dengan resiko tertentu. *Trust* adalah hal yang krusial dalam masalah pada transaksi online. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu kegiatan. Kedua jaminan keamanan (*Security*) yang merupakan proses menjaga resiko yang dirasakan agar berada pada tingkatan yang diterima. Semakin tinggi tingkat keamanan yang ada maka individu akan semakin percaya dengan teknologi tersebut dan hal itu akan menyebabkan individu

menggunakan teknologi tersebut. *Security* didefinisikan sebagai pegangan konsumen untuk percaya bahwa data pribadi dari konsumen tidak akan dilihat, disimpan, dan bahkan dimanipulasi oleh pengguna lain yang tidak berwenang saat melakukan transaksi online.

### **Inklusi Keuangan**

Inklusi keuangan berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan adalah segala upaya yang ditujukan untuk menghilangkan berbagai macam hambatan baik itu harga ataupun non harga terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan sehingga dapat berdampak pada peningkatan kesetaraan taraf hidup masyarakat yang sulit dijangkau (Asymadi, 2019).

Inklusi keuangan secara luas tidak hanya berfokus pada peningkatan kredit suatu lembaga keuangan, tetapi lebih kepada bagaimana masyarakat yang tidak pernah mengerti tentang lembaga keuangan dapat mengerti dan menggunakan fasilitas dari lembaga keuangan formal untuk menyimpan atau mengajukan pembiayaan dana.

Inklusi keuangan bertujuan untuk mewujudkan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan, dan terwujudnya stabilitas sistem keuangan di Indonesia. Tujuan inklusi keuangan secara detail antara lain (Subagyo, 2016):

- a. Menjadikan strategi keuangan inklusif sebagai bagian dari strategi besar pembangunan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, meratanya pendapatan, dan menjaga stabilitas keuangan.
- b. Menyuguhkan jasa dan produk keuangan yang dibutuhkan masyarakat.
- c. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang apa itu layanan keuangan.
- d. Meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan.
- e. Memperkuat kerja sama antar bank, lembaga keuangan mikro, dan lembaga keuangan formal atau non formal non bank.
- f. Memaksimalkan peran teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau cakupan layanan keuangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Digitalisasi Perbankan Melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk

Digitalisasi pada perbankan menurut Maharani merupakan sebuah layanan keuangan formal (perbankan) yang berfokus pada bagaimana sebuah layanan perbankan dapat mentransfer seluruh layanan yang mereka sediakan ke dalam berbagai media (*platform*) (Maharani, 2020). BSI KC Kediri Hayam Wuruk menggunakan layanan keuangan berbasis media yaitu *BSI mobile*. Layanan *BSI mobile* merupakan jenis *mobile banking* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger tahun 2021.

Pengenalan *BSI mobile* dilakukan melalui proses aktivasi aplikasi yang bersamaan ketika nasabah membuka rekening di kantor. Melalui cara ini akan membantu nasabah dalam aktivasi *BSI mobile*. Kemudian pada saat awal peluncuran *BSI mobile* banyak juga nasabah yang sukarela menggunakannya. Hal ini dikarenakan pada waktu itu masih masa pandemi sehingga dengan keterbatasan ruang gerak, nasabah membutuhkan layanan digital.

Penggunaan *BSI mobile* untuk nasabah dapat membantu mereka melakukan berbagai transaksi keuangan. *BSI mobile* memberikan berbagai macam layanan, antara lain Fitur Favorit (Tarik tunai, Transfer, Dompot Digital, Pulsa, dan Listrik), Laporan Keuangan (Mutasi dan Catatan Keuangan), Transfer dan Tarik Tunai (Konversi Valas, Transfer Pedagang, QRIS, dan lain-lain), Top Up, Tagihan (Asuransi, Cicilan, Kartu Kredit, PDAM, Pasca Bayar, Pendidikan, haji, TV kabel, dan lain-lain), Investasi (Deposito, RDN, e-SBN, dan lain-lain), Donasi dan Iuran (BPJS dan Donasi), Perjalanan (Travel dan KAI), Pajak dan Retribusi, Pinjaman, dan masih banyak lagi.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia sekaligus menjadi salah satu negara yang penduduknya paling banyak menggunakan layanan internet. Selain dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, *mobile banking* dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dalam bertransaksi. Hadirnya konsep *mobile banking* sangat bermanfaat bagi bank dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan bank

kepada nasabah, serta menjadi kunci untuk memenangkan persaingan bisnis di era digital (Utama, 2021).

Dasar hukum yang mengatur mengenai transaksi elektronik adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Melalui pengertian tersebut dapat ditarik dua hal penting dalam transaksi elektronik, yaitu adanya perbuatan hukum dan adanya penggunaan media elektronik. Jadi, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik *digital banking* yang dilakukan oleh nasabah merupakan salah satu perbuatan hukum, sedangkan penggunaan media elektronik menunjukkan bahwa dalam transaksi elektronik *digital banking* segala sesuatunya tidak lagi menggunakan dokumen-dokumen konvensional, seperti kertas dan pena, tetapi sudah beralih menggunakan dokumen elektronik.

Layanan BSI *mobile* diberikan pada nasabah untuk membantu segala bentuk transaksi mereka. Harapan BSI KC Kediri Hayam Wuruk agar nasabah dapat mudah mengakses layanan keuangan dan bermanfaat bagi kegiatan sehari-hari. Ciri khas dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sistem yang dibangun dengan persepsi kemudahan dan kemanfaatan (Rochaty, 2017). Kedua hal tersebut merupakan persepsi dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Nasabah merasakan kemudahan dalam menggunakan BSI *mobile* untuk keperluan transaksi mereka. Selain itu kemanfaatan yang dirasakan nasabah terkait layanan yang diperlukan mereka.

Hasil penerapan TAM dalam memprediksi penerimaan sistem teknologi umumnya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu manfaat kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Wulandari, jika *perceived usefulness* telah menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam meningkatkan niat seseorang untuk mengadopsi sistem *mobile banking*. Dalam penelitian yang dilakukan beberapa tahun terakhir, ditemukan bahwa masyarakat sudah mulai menyadari tentang keuntungan dari menggunakan *mobile banking* sebagai media untuk melakukan aktivitas perbankan, yang dimana ketika seseorang merasakan suatu manfaat dalam menggunakan fitur dalam aplikasi *mobile banking* (Wulandari, 2022).

*Perceived ease of use* dianggap kurang mempengaruhi pada penerimaan terhadap sistem teknologi dikarenakan pada saat ini kemampuan masyarakat dalam mengadopsi sistem teknologi baru terbilang cepat. Selain itu, terdapat penelitian juga mengemukakan bahwa *perceived ease of use* bukan faktor penentu utama dalam meningkatkan minat penggunaan pada *mobile banking*.

Ketika manfaat kegunaan aplikasi *mobile banking* telah dirasakan oleh pengguna, maka pengguna secara perlahan telah menerima keberadaan aplikasi *mobile banking* dan kemungkinan besar akan menggunakan *mobile banking* untuk menunjang aktivitas perbankan. Hal ini telah menunjukkan bahwa masyarakat telah merespon positif keberadaan *mobile banking* dengan munculnya niat untuk menggunakan.

*Mobile banking* sebagai bagian dari *digital banking*, memegang peran penting dalam industri perbankan. *Digital banking* adalah bagian dari proses inovasi keuangan yang berfungsi sebagai pengganti cabang fisik untuk menyediakan layanan perbankan. Layanan *mobile banking* sebagai bagian dari inovasi keuangan, memiliki efek signifikan pada pasar sebagai media transaksi terbaru yang dibuat oleh bank. Inovasi keuangan, khususnya pengembangan teknologi metode pembayaran di negara-negara berkembang, telah mendorong pengembangan industri keuangan dan mempercepat proses evolusi industri (Yudaruddi, 2020).

Pada TAM ini juga meliputi tiga meliputi tiga unsur dasar didalamnya yaitu *attitude towards behaviour*, *behavioral intention* dan *behaviour* (Noor, 2017). Adapun kondisi nasabah BSI KC Kediri Hayam Wuruk pada ketiga unsur TAM tersebut sebagai berikut.

1. *Attitude Towards Behaviour* (ketertarikan)

Unsur *attitude towards behaviour* merupakan merupakan sebuah evaluasi konsumen tentang ketertarikannya menggunakan suatu teknologi. Nasabah BSI KC Kediri Hayam Wuruk tertarik menggunakan BSI *mobile* dikarenakan kemunculannya di tahun 2021 ketika pandemi melanda. Adanya keterbatasan ruang gerak pada masa pandemi, membuat nasabah yakin menggunakan BSI *mobile* untuk membantu transaksi keuangan mereka. Evaluasi ketertarikan nasabah dengan kondisi pandemi, sehingga mereka membutuhkan layanan berbasis digital untuk membantu transaksi keuangan tetap berjalan.

2. *Behavioural Intention* (keputusan penggunaan)

Unsur *behavioral intention* merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya. Nasabah yang sudah tertarik menggunakan BSI *mobile* karena situasi pandemi yang melanda. Kemudian menjadi yakin menggunakan BSI *mobile* dengan melakukan aktivasi di kantor cabang. Niat nasabah BSI KC Kediri Hayam Wuruk dalam menggunakan BSI *mobile* ditandai dengan kemauan untuk aktivasi layanan.

3. *Behaviour* (penggunaan)

Pengertian dari *behaviour* adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Perilaku BSI KC Kediri Hayam Wuruk pada layanan nasabah BSI *mobile* melalui penggunaannya pada setiap transaksi keuangan yang dibutuhkan. Nasabah menggunakan BSI *mobile* untuk berbagai transaksi keuangan. Misalnya untuk transfer dana dan *top up* pada dompet digital yang dimiliki.

Pada umumnya *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki dua keunggulan utama yang diberikan yaitu kepercayaan (*trust*) dan jaminan keamanan (*security*). Kepercayaan menurut Lau dan Lee, *Trust* atau kepercayaan adalah suatu kesediaan (*willingness*) seseorang yang memasrahkan dirinya terhadap pihak lain dengan resiko tertentu. BSI KC Kediri Hayam Wuruk berusaha memunculkan kepercayaan nasabah dengan pengembangan layanan diberikan. Layanan yang diberikan dengan baik serta tidak menghasilkan kendala akan menciptakan kepercayaan tersebut.

Menurut Chellappa dan Pavlou bahwa para pengguna teknologi harus percaya bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi pengguna. Termasuk ketika nasabah telah mempunyai ekspektasi dari pengaruh orang lain dalam penggunaan. Bahkan ketika mereka menganggap teknologi tersebut dapat membantu aktivitas mereka. BSI *mobile* telah membantu nasabah dalam setiap transaksi keuangan yang dibutuhkan mereka. Kemanfaatan tersebut dapat menjadi modal dalam menjaga kepercayaan nasabah pada layanan perbankan.

Jaminan keamanan merupakan keunggulan lain dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Pengertian *security* adalah proses menjaga resiko yang dirasakan agar berada pada tingkatan yang diterima. Semakin tinggi tingkat keamanan yang ada maka

individu akan semakin percaya dengan teknologi tersebut. BSI KC Kediri Hayam Wuruk melakukan *maintenance* sistem. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi terjadinya kejahatan *cybercrime* seperti pembobolan rekening. Harapannya bahwa dengan sistem yang aman dapat menciptakan jaminan keamanan nasabah dalam transaksi melalui BSI *mobile*. Selain itu ketika jaminan keamanan telah tercapai maka dapat memunculkan kepercayaan nasabah.

Keunggulan TAM dalam hal kepercayaan dan jaminan keamanan ini secara bersamaan diperhatikan melalui pemeliharaan sistem layanan. Sistem *mobile payment* dapat menimbulkan hal yang riskan apabila digunakan saat penyerahan informasi pembayaran yang penting atau hal-hal yang penting dan rahasia.

Implementasi digitalisasi pada produk perbankan syariah masih memiliki beberapa hambatan, diantaranya adalah belum tersebarnya informasi bahwa bank syariah memiliki produk digital karena keterbatasan promosi dan sosialisasi, keterbatasan ketersediaan sumber daya manusia di bank syariah yang mengerti betul proses bisnis bank digital, adanya keraguan terhadap pemenuhan penerapan prinsip syariah pada akad digital dan keandalan infrastruktur pendukung lainnya.

Pelayanan perbankan berbasis *digital banking* memiliki sisi kebermanfaatannya yang sangat tinggi dan dapat membantu meningkatkan pelayanan bank syariah kepada nasabah, namun memiliki beberapa permasalahan seperti biaya yang mahal, infrastruktur yang masih terbatas, dan faktor keamanan karena seluruh transaksi dilakukan oleh nasabah. Namun permasalahan tersebut selayaknya tidak dijadikan sebagai ancaman, tetapi harus dimaknai sebagai tantangan agar dapat membangkitkan inovasi dalam rangka menghadapi persaingan di dunia perbankan.

Layanan perbankan yang menggunakan media elektronik atau digital merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank agar dapat memperluas akses keuangan di tengah-tengah masyarakat. Salah satu upaya memperluas akses keuangan masyarakat tersebut antara lain dengan adanya inisiasi pembukaan rekening bank yang dapat dilakukan oleh nasabah secara langsung yang biasa disebut *customer on boarding* (Aripin, 2022).

## **Peran Digitalisasi Perbankan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kediri Hayam Wuruk Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Nasabah**

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto merupakan aspek dinamis kedudukan apabila mampu melaksanakan hak dan kewajibannya maka ia telah menjalankan suatu peranan. Inklusi keuangan secara luas tidak hanya berfokus pada peningkatan kredit suatu lembaga keuangan, tetapi lebih kepada bagaimana masyarakat yang tidak pernah mengerti tentang lembaga keuangan dapat mengerti dan menggunakan fasilitas dari lembaga keuangan formal untuk menyimpan atau mengajukan pembiayaan dana (Moridu, 2020). Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2010 tentang program pembangunan yang pro rakyat. Untuk mewujudkan inklusi keuangan, tentunya diperlukan sebuah lembaga keuangan yang langsung bersentuhan dengan rakyat terutama pada kalangan menengah ke bawah (Wibowo, 2018).

Sebagaimana yang telah dijelaskan teori diatas bahwa inklusi keuangan bertujuan untuk menjadikan masyarakat mengerti mengenai layanan keuangan formal yang dapat ditempuh melalui berbagai media yaitu digitalisasi perbankan. BSI KC Kediri Hayam Wuruk ingin memberikan pengetahuan terhadap keberadaan layanan keuangannya dengan optimalisasi penggunaan BSI *mobile*. Melalui layanan BSI *mobile*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi keuangan. Sehingga akses keuangan atau inklusi akan terwujud bagi nasabah serta masyarakat lain sebagai pengguna.

Inklusi keuangan memiliki pengertian sebagai suatu bentuk penanaman pendalaman dalam hal layanan keuangan atau *financial service deeping* yang sasarannya adalah masyarakat *in the bottom of the pyramid* guna memanfaatkan produk dan jasa layanan keuangan (Asyamadi, 2019). BSI KC Kediri Hayam Wuruk mewujudkan penanaman terkait layanan mereka dengan melakukan sosialisasi penggunaan BSI *mobile*. Sosialisasi tersebut lebih difokuskan pada nasabah yang sudah berumur atau lansia. Hal ini dikarenakan untuk memberikan keluwesan mereka menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Seperti yang diketahui bahwa usia lansia memang tidak cakap teknologi seperti kaum muda. Sehingga perlu pendampingan untuk meningkatkan kecakapan melakukan transaksi keuangan digital.

Kemampuan digital yang dapat menciptakan nilai tersebut dalam prakteknya dapat digunakan hal-hal berikut pertama, teknologi digital meningkatkan konektivitas bank tidak hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan karyawan dan pemasok. Ini memanjang dari interaktivitas online dan solusi pembayaran untuk fungsi dan peluang seluler guna meningkatkan brand bank di media sosial. Kedua, penarikan digital pada data besar dan analisis canggih untuk memperluas dan menyempurnakan pengambilan keputusan. Analisis semacam ini sedang digunakan oleh bank paling inovatif di banyak bidang, termasuk penjualan, desain produk, harga dan underwritingserta desain pengalaman pelanggan yang benar-benar luar biasa. Ketiga, pemrosesan langsung, yakni mengotomatisasi dan mendigitalkan sejumlah proses yang berulang, bernilai rendah dan beresiko rendah. Aplikasi proses misalnya meningkatkan produktivitas dan memfasilitasi kepatuhan terhadap peraturan, sementara proses pencitraan dan pemrosesan langsung mengarah pada alur kerja yang lebih ringan dan tanpa kertas. Keempat, digitalisasi adalah sarana untuk mendorong inovasi di seluruh produk dan model bisnis, termasuk pemasaran sosial dengan dukungan crowd sourcedserta model bisnis digitally centered.

Beberapa kondisi perbankan syariah yang mendorong untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital antara lain bahwa berbedanya konsep dan sistem perbankan syariah dalam hal bertransaksi membutuhkan cara inklusi dan literasi tersendiri. Masyarakat butuh literasi agar memiliki pemahaman yang mudah dan benar bahwa sistem perbankan syariah lebih menguntungkan dibanding dengan sistem konvensional. Karena literasi merupakan serangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) dan menambah wawasan, keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skills*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangannya secara lebih baik (Salam, 2018).

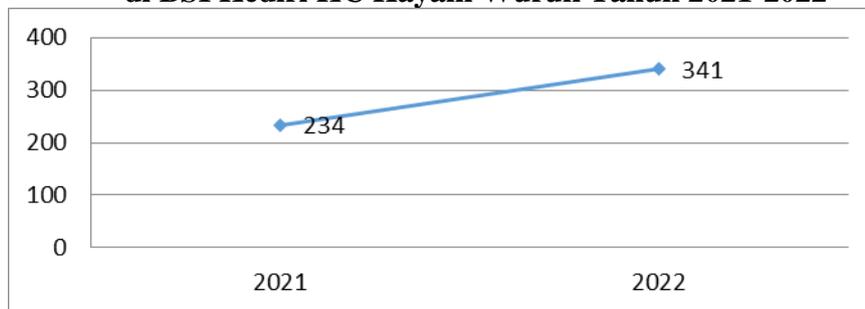
Menurut Subagyo terdapat beberapa tujuan inklusi keuangan antara lain menyuguhkan jasa dan produk keuangan yang dibutuhkan masyarakat, meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang layanan keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan (Subayo, 2016). BSI KC Kediri Hayam Wuruk memberikan berbagai layanan keuangan melalui BSI *mobile*. Berbagai kebutuhan transaksi nasabah dapat

dilakukan hanya melalui BSI *mobile*. Selain itu nasabah BSI KC Kediri Hayam Wuruk juga memahami bahwa layanan BSI *mobile* tidak hanya sekedar transfer, melainkan berbagai bentuk transaksi lain seperti pembayaran, *top up* dana, investasi dan lainnya. Akses nasabah BSI KC Kediri Hayam Wuruk terhadap layanan keuangan pada BSI *mobile* akan semakin meningkat ketika banyak yang menggunakannya.

Digitalisasi perbankan mampu menjalankan suatu peranan dalam meningkatkan inklusi keuangan melalui teori penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*). Seperti yang sudah dipaparkan pada sub bab sebelumnya bahwa BSI Mobile mengandung asas kemudahan dan kemanfaatan yang dapat penggunaan pada BSI Mobile meningkat. Lebih jauh lagi, penggunaan yang meningkat ini menjadikan nasabah dapat lebih beradaptasi dengan teknologi terutama pada sektor keuangan yang juga dapat menjadikan nasabah dapat memanfaatkan layanan-layanan pada lembaga keuangan formal lebih optimal.

BSI *mobile* yang menerapkan prinsip TAM berperan dalam meningkat inklusi keuangan. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengguna BSI *mobile* tahun 2021-2022. Berikut ini grafik peningkatan jumlah pengguna BSI *mobile* di BSI Kediri KC Hayam Wuruk:

**Grafik 1 . Pertumbuhan Jumlah Pengguna BSI *mobile* di BSI Kediri KC Hayam Wuruk Tahun 2021-2022**



Sumber: Dokumentasi pada lembaga

Berdasarkan peningkatan pengguna BSI *mobile* pada menjadi BSI Hayam Wuruk Kediri tahun 2021-2022 menunjukkan semakin banyak nasabah telah merasakan akses keuangan. Kebermanfaatan akses keuangan merupakan definisi inklusi keuangan. Masyarakat yang telah menggunakan BSI *mobile* maka telah merasakan akses

keuangan, sehingga inklusi keuangan telah dirasakan. Pengguna BSI *mobile* yang meningkat maka inklusi keuangan nasabah juga otomatis meningkat.

Inklusi keuangan juga bertujuan untuk menghilangkan berbagai macam hambatan baik itu harga ataupun non harga terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan. BSI Kediri KC Hayam Wuruk berusaha mempermudah akses keuangan nasabah melalui BSI *mobile*. Ketika nasabah menggunakan BSI *mobile* maka mereka dapat melakukan transaksi tanpa terbatas ruang dan waktu. Jumlah pengguna BSI *mobile* yang meningkat mengindikasikan semakin banyak nasabah yang telah merasakan inklusi keuangan.

Inklusi keuangan nasabah juga berusaha diberikan dengan optimal oleh BSI Hayam Wuruk Kediri dengan mewujudkan tiga dimensi yaitu aksesibilitas, ketersediaan dan penggunaan (Wibowo, 2017). Ketiga dimensi tersebut telah diperhatikan oleh BSI Kediri KC Hayam Wuruk melalui pemenuhan sebagai berikut:

1. Dimensi Aksesibilitas

Pengertian aksesibilitas adalah kemudahan yang diberikan pada suatu layanan (Endang, 2020). BSI Kediri KC Hayam Wuruk memberikan kemudahan akses keuangan pada nasabah terlebih dahulu. Kemudian melakukan sosialisasi pada masyarakat luas. Sosialisasi diberikan pada masyarakat yang berusia lanjut agar cakap menggunakan alat elektronik untuk menunjang kebutuhan transaksi mereka melalui BSI *mobile*. Layanan yang diberikan BSI *mobile* dapat memudahkan nasabah, karena berbasis digital melalui *handphone*.

2. Dimensi Ketersediaan

Dimensi ketersediaan mengarahkan sejauh mana layanan dapat diberikan pada masyarakat. BSI Kediri KC Hayam Wuruk memberikan layanan pada BSI *mobile* sama dengan layanan ketika di kantor. Namun ditekankan pada layanan BSI *mobile* untuk memudahkan masyarakat, terlebih saat itu masih terjadi pandemi.

3. Dimensi Penggunaan

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penggunaan BSI *Mobile* di BSI KC Kediri Hayam Wuruk dengan meningkatkan layanan seperti adanya notifikasi terkait transaksi nasabah. Misalnya untuk nasabah pembiayaan, maka akan ada notifikasi untuk mengingatkan jadwal angsuran.

## KESIMPULAN

Digitalisasi perbankan pada BSI Kediri KC Hayam Wuruk melalui penggunaan BSI *mobile*. Pengenalan pada nasabah dilakukan melalui aktivasi aplikasi bersamaan pembukaan rekening baru. Penggunaan BSI *mobile* diharapkan memberikan asas kemudahan dan kemanfaatan seperti yang tercantum pada *Technology Acceptance Model*. Model TAM terdapat tiga unsur pembentuk yaitu, *attitude towards behaviour*, yang menggambarkan saat nasabah tertarik menggunakan BSI *mobile* saat pandemi. Kemudian *behavioural intention*, keputusan menggunakan BSI *mobile* dengan melakukan aktivasi. Lalu *behaviour*, melalui perilaku penggunaan untuk transfer dan *top up* dompet digital. Model TAM ini juga memiliki dua keunggulan yaitu kepercayaan dan jaminan keamanan. Adapun yang diberikan BSI Hayam Wuruk Kediri dengan melakukan *maintenance* sistem untuk menghindari terjadinya *cybercrime* dalam meningkatkan kepercayaan nasabah. Peran BSI *mobile* dalam meningkatkan inklusi keuangan nasabah terlihat dari peningkatan jumlah pengguna tahun 2021-2022. Semakin meningkat pengguna BSI *mobile* maka semakin banyak nasabah yang telah merasakan akses keuangan. Inklusi keuangan pada BSI Kediri KC Hayam Wuruk juga mewujudkan tiga dimensi yang ada. Pertama aksesibilitas dengan fokus pada nasabah terlebih dahulu dan sosialisasi khususnya bagi nasabah berusia lanjut agar cakap bertransaksi secara elektronik. Kedua ketersediaan dengan memberikan fasilitas yang sama antara layanan di kantor dan melalui BSI *Mobile*. Ketiga penggunaan dengan memberikan kemudahan layanan serta notifikasi terhadap pembiayaan.

## REFERENCE

- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., Wahyuni, M. T., Zunaidi, A., Mochamad Alvido Zakaria, & Hidayah, I. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 567–573. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.725>

- Abdallah. (2016). Consumer Adoption of Mobile Banking Examining the Role of Usefulness, Ease of Use, Perceived Risk, and Self Efficacy. *Journal of Information Management*, 1 (1). <https://doi.org/10.34755/jim.v1i1.265>.
- Afidah, B. N., & Zunaidi, A. (2022). Sharia Bank's Directing Management Strategy for Improving Employee Performance. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 642–655. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/290>
- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 167–188. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/216>
- Aripin, Nasir Tajul, Nur Fatwa dan Mulawarman Hannase. Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5 (1). [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362).
- Asymadi, Evi. (2019). Pengaruh Keuangan Inklusif Terhadap Kredit yang Disalurkan Pada Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5 (2). <https://doi.org/10.21845/jebk.v5i2.56>.
- Bank Indonesia. (2021). *Digitalisasi Banking Perkembangan dan Respons Kebijakan Bank Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia Official.
- Endang, Sri. (2020). Inklusi Keuangan Pada Era Digital Ekonomi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Journal of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 2 (1). <https://doi.org/10.13572/jsse.v2i1.25>.
- Fatihudin, Didin. (2015). *Metode Penelitian: Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zilfatama Publishing.
- Gultom, Mardia Shintia Devi dan Mustapa Khamal Rokan. (2022). Problematika Perbankan Syariah: Solusi dan Strategi Digitalisasi dalam Meningkatkan Kualitas
- Dwi Setyaningrat et al**, *Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah*

- Produk dan Layanan Perbankan. *Alexandria: Journal of Economics, Business & Entrepreneurship*, 3 (1). <https://doi.org/10.29303/alexandria.v3i1.175>.
- Hakim, L., Asghori, A. A., Khusnun, M. S., Zunaidi, A., & Yanto, R. D. (2023). Pendampingan Penyaluran Dana Ziswaf Lembaga Kotak Amal Indonesia pada Program Roadshow Sekolah Bakat di Desa Blimbing, Mojo, Kediri . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 228–234. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.514>
- Hobvi, A. L. J., & Zunaidi, A. (2022). Implementation Of Compliance Management In The Sharia Banking Sector. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 346–362. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/260>
- Iriani, Annisa Fitri. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Business*, 2 (2). <https://doi.org/10.24256/dinamis.v2i2.125>.
- Kurniasari, R., & Zunaidi, A. (2022). Analisa Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Return On Asset (ROA). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 708–742. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/305>
- Latifah, E., Masyhuri, M., Pahlevi, R. W., Mulyani, S., Hasanah, N., Fidiana, F., Zunaidi, A., Nurjanah, N., Yulianti, M. L., & Yunus, A. R. (2022). *Manajemen Keuangan Syariah*.
- Leni, I. M., & Zunaidi, A. (2022). Indonesia’s Islamic Banking Strategy For Sustaining Financial Operations During The Pandemic. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 40–49. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/214>
- Maharani. (2021). *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Moridu. (2020). Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3 (2). <https://doi.org/10.24556/jra.v3i2.150>.

- Noor, Lisa. (2017). Analisis Faktor Penerimaan Penggunaan Quipper Menggunakan Pendekatan TAM dan Theory of Plannes Behaviour. *Jurnal Manajemen*, 1 (2). <https://doi.org/10.32556/jm.v1i2.110>.
- Nur, Wahyuni. (2019). Penggunaan TAM dalam Analisis Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universtias Telkom. *Junral Mitra Manajemen*, 3 (3). <https://doi.org/10.13472/jmm.v3i3.112>.
- Nyoman, I Gede. (2021). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penggunaan Online Banking di PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal*, 3 (1). <https://doi.org/10.42135/wmbj.v3i1.245>.
- Prihatiningsih, Diah. (2015). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif*. Semarang: Saru Untung.
- Priyanti, E. D., Zunaidi, A. ., & Maghfiroh, F. L. . (2022). The Significance of Risk Management in Reducing Losses and Strengthening The Institutional Structure of Islamic Financial Institutions. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 1–24. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/234>
- Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Kajian Singkat Isu Aktual Dan Strategis*, 13 (3).
- Puspitadewi, Ira. (2019). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5 (2). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2925>.
- Rahayu, Imam Sugih. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia Cabang Yogyakarta. *JESI: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5 (2). <https://doi.org/10.21927/jesi.v5i2.137>.
- Rachmalia, G., Zunaidi, A., & Maghfiroh, F. L. (2022). Analysis Of Sharia Banking's Strategy In Facing Technology In The Digital Era. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 422–435. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/262>

- Restu. (2021). *Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rochaty, Eti. (2017). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rukin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Salam, Abdus. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10 (1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>.
- Septiana, P., Zunaidi, A., & Lailatul Maghfiroh, F. (2022). The Sharia Supervisory Board's (DPS) Role in Sharia Compliance in Sharia Banking. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 124–134. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/227>
- Sriani. (2020). Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Era Industri. *Transformasi: Jurnal Studi Agama Islam*, 12 (1). <https://doi.org/10.45267/jsai.v12i1.155>.
- Subagyo, Ahmad. (2016). *Strategi Nasional Kebijakan Keuangan Inklusif*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Syawali, Andi Zhilian, dkk. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi BJB Digi Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 4 (1). <https://doi.org/10.30865/klik.v4i1.1205>.
- Tiana, R. Z., & Zunaidi, A. (2022). Kualitas Portofolio Pembiayaan : Analisa Tentang Pengaruh Pembiayaan Pada Perubahan Laba Bank Syariah. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 604–627. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/276>
- Utama, Andrew Shandy. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6 (2). <http://dx.doi.org/10.22373/justisia.v6i2.11532>.
- Wibowo, Budi. (2018). *Analisa reulasi Financial Technology dalam membangun perekonomian di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Widyastuti. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan Mobile Banking*. Jakarta: Salemba.

- Winasis. (2020). Digital Transformation in The Indonesian Banking Industry: Impact on Employee Engagement. *International Journal of Innovation Creativity and Change*, 12 (4). <https://doi.org/10.25662/ijicc.v12i4.145>.
- Wulandari, Widya, Edwin Japarianto dan Trixie Nova Bella Tandijaya. (2022). Penerapan technology acceptance model (tam) terhadap perilaku konsumen mobile banking di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16 (2). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>.
- Yudaruddin, Rizky. (2020). Mobile Banking, Kinerja dan Stabilitas Keuangan: Studi Empiris di Perbankan Indonesia. *Buletin Riset Kebijakan Perbankan*, 2 (1).