

KEAMANAN DIGITAL DALAM MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH DI GORONTALO

Digital Security in the Intention to Use Islamic Banking Services in Gorontalo

Rahmatia

Email: rahmatia@iaingorontalo.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Sultan Amai Gorontalo
Jl. Sultan Amai, Pone, Limboto Barat, Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo

Abstrak

Digitalisasi layanan perbankan syariah membutuhkan penerimaan nasabah yang tidak hanya didorong oleh manfaat dan kemudahan, tetapi juga oleh rasa aman dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah digital di Gorontalo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data tabulasi 96 responden pengguna layanan digital perbankan syariah. Variabel keamanan digital ditambahkan sebagai pengembangan model penerimaan teknologi agar artikel tidak hanya mengulang pengujian *Technology Acceptance Model* klasik. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dengan nilai R Square sebesar 0,695. Secara simultan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital. Secara parsial, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan persepsi kemudahan dan keamanan digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat praktis tetap menjadi determinan utama, sementara keamanan digital lebih berperan sebagai syarat dasar yang perlu diperkuat melalui keandalan sistem, perlindungan transaksi, dan edukasi nasabah.

Kata Kunci : Digital Banking, Keamanan Digital, Perbankan Syariah, Persepsi Manfaat

Abstract

The digitalization of Islamic banking services requires customer acceptance that is shaped not only by perceived usefulness and ease of use, but also by security in digital transactions. This study examines the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and digital security on the intention to use Islamic digital banking services in Gorontalo. An explanatory quantitative design was employed using tabulated data from 96 respondents who used Islamic digital banking services. Digital security was added as an extended variable to avoid merely repeating the classical Technology Acceptance Model. The data were analyzed using validity, reliability, classical assumption tests, and multiple linear regression. The findings show that the regression model is feasible, with an R Square value of 0.695. Simultaneously, perceived usefulness, perceived ease of use, and digital security significantly affect the intention to use digital banking services. Partially, perceived usefulness has a positive and significant effect, while perceived ease of use and digital security have positive but insignificant effects. These results indicate that practical usefulness remains the main determinant, while digital security functions as a basic requirement that should be strengthened through system reliability, transaction protection, and customer education.

Keywords : Digital Banking, Digital Security, Islamic Banking, Perceived Usefulness

PENDAHULUAN

Digitalisasi layanan perbankan syariah telah mengubah pola interaksi nasabah dengan lembaga keuangan. Layanan mobile banking, internet banking, kartu debit, ATM, dan kanal transaksi elektronik membuat nasabah tidak lagi bergantung pada kantor fisik. Perubahan ini memperkuat kebutuhan penelitian yang tidak hanya menilai penerimaan teknologi dari sisi manfaat dan kemudahan, tetapi juga dari aspek keamanan, risiko, serta kepercayaan pengguna terhadap sistem digital [1], [2], [3].

Penelitian terdahulu mengenai penerimaan teknologi pada digitalisasi layanan perbankan syariah di Gorontalo telah menguji persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai prediktor minat menggunakan layanan digital [1]. Studi tersebut penting sebagai pijakan awal karena menjelaskan penerimaan teknologi melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menempatkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai faktor utama penerimaan sistem informasi [2], [13], [15].

Gap penelitian muncul karena model penerimaan teknologi yang hanya bertumpu pada manfaat dan kemudahan belum sepenuhnya menangkap aspek keamanan digital. Dalam praktik, nasabah dapat mengakui bahwa aplikasi bank bermanfaat dan mudah digunakan, tetapi tetap ragu apabila transaksi dianggap rawan error, penyalahgunaan data, atau gangguan sistem. Kajian internet banking dan mobile

banking juga menunjukkan bahwa risiko, keamanan, kepercayaan, dan sentimen kejahatan siber menjadi faktor penting dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan digital [3], [5], [6], [7], [9], [14].

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah digital di Gorontalo. Kontribusi penelitian terletak pada perluasan model penerimaan teknologi berbasis data responden dengan memasukkan keamanan digital sebagai variabel tambahan. Pengembangan ini relevan karena riset penggunaan layanan digital terkini mulai bergerak dari penerimaan awal menuju kepercayaan, keamanan, kepuasan, dan penggunaan berkelanjutan [8], [10], [17], [18].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah digital. Model penelitian dikembangkan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dan riset adopsi layanan perbankan digital yang menekankan peran manfaat, kemudahan, risiko, dan keamanan transaksi [2], [3], [5], [9].

Data penelitian berasal dari tabulasi jawaban responden pengguna layanan digital perbankan syariah di Gorontalo. Jumlah data yang diolah sebanyak 96 responden. Responden merupakan nasabah yang memiliki pengalaman menggunakan layanan digital perbankan syariah, seperti *mobile banking*, *internet banking*, ATM, kartu debit, atau kanal transaksi elektronik lainnya.

Variabel penelitian terdiri dari persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), keamanan digital (X3), dan minat menggunakan layanan digital (Y). Persepsi manfaat diukur melalui tujuh item pernyataan. Persepsi kemudahan diukur melalui empat item pernyataan. Keamanan digital diukur melalui tiga item proksi yang merepresentasikan keamanan dan keandalan transaksi digital. Minat menggunakan layanan digital diukur melalui empat item pernyataan. Seluruh item menggunakan skala Likert 1 sampai 5.

Teknik analisis data meliputi uji validitas menggunakan korelasi Pearson, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, uji normalitas residual, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan regresi linear berganda. Persamaan regresi yang digunakan adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Pengujian instrumen dan regresi dilakukan untuk memastikan bahwa model empiris memenuhi kelayakan pengukuran dan asumsi statistik dasar [11], [12], [16].

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data yang diolah terdiri dari 96 responden. Analisis awal dilakukan melalui statistik deskriptif untuk melihat kecenderungan jawaban responden pada setiap variabel.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Persepsi Manfaat (X1)	96	8	35	30,229	4,763
Persepsi Kemudahan (X2)	96	4	20	17,094	2,814
Keamanan Digital (X3)	96	3	15	12,542	2,082
Minat Menggunakan (Y)	96	6	20	16,708	3,022

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi terdapat pada persepsi manfaat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa nasabah cenderung menilai layanan digital perbankan syariah terutama dari manfaat praktis, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan pengurangan kebutuhan datang langsung ke kantor bank.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	PM1	0,879	0,000	Valid
	PM2	0,859	0,000	Valid
	PM3	0,907	0,000	Valid
	PM4	0,851	0,000	Valid
	PM5	0,800	0,000	Valid
	PM6	0,763	0,000	Valid
	PM7	0,753	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	KP1	0,768	0,000	Valid
	KP2	0,820	0,000	Valid
	KP3	0,875	0,000	Valid

Persepsi Kemudahan (X2)	KP4	0,876	0,000	Valid
Keamanan Digital (X3)	KD1	0,867	0,000	Valid
Keamanan Digital (X3)	KD2	0,833	0,000	Valid
Keamanan Digital (X3)	KD3	0,797	0,000	Valid
Minat Menggunakan (Y)	M1	0,816	0,000	Valid
Minat Menggunakan (Y)	M2	0,915	0,000	Valid
Minat Menggunakan (Y)	M3	0,894	0,000	Valid
Minat Menggunakan (Y)	M4	0,888	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Seluruh item pernyataan memiliki nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan digital, dan minat menggunakan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	7	0,917	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	4	0,856	Reliabel
Keamanan Digital (X3)	3	0,778	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	4	0,901	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai untuk digunakan dalam analisis regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Residual

Pengujian	Statistic	Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,135	0,056	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,056 lebih besar dari 0,05. Artinya, residual regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,161	6,208	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Kemudahan (X2)	0,241	4,142	Tidak terjadi multikolinieritas
Keamanan Digital (X3)	0,177	5,638	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai tolerance seluruh variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	-0,345	0,731	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan (X2)	1,828	0,071	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keamanan Digital (X3)	-1,275	0,206	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil uji Glejser menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7. Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,834	0,695	0,686	1,695

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai R Square sebesar 0,695 menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital mampu menjelaskan minat menggunakan layanan digital perbankan syariah sebesar 69,5%. Sisanya sebesar 30,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	603,529	3	201,176	70,026	0,000
Residual	264,304	92	2,873	-	-
Total	867,833	95	-	-	-

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai F sebesar 70,026 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital perbankan syariah.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keterangan
Constant	0,447	1,140	-	0,392	0,696	-
Persepsi Manfaat (X1)	0,413	0,091	0,651	4,538	0,000	Signifikan
Persepsi Kemudahan (X2)	0,175	0,126	0,163	1,392	0,167	Tidak signifikan
Keamanan Digital (X3)	0,063	0,198	0,043	0,317	0,752	Tidak signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 9, persamaan regresi yang terbentuk adalah: $Y = 0,447 + 0,413X_1 + 0,175X_2 + 0,063X_3 + e$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh koefisien regresi bertanda positif. Namun, hanya persepsi manfaat yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan layanan digital perbankan syariah.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor paling kuat dalam menjelaskan minat menggunakan layanan digital perbankan syariah. Koefisien regresi persepsi manfaat sebesar 0,413 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan nasabah, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan layanan digital. Temuan ini memperkuat logika TAM yang menjelaskan bahwa manfaat teknologi menjadi pendorong utama penerimaan sistem informasi [2], serta sejalan dengan kajian adopsi internet banking dan mobile banking yang menempatkan manfaat sebagai determinan penting perilaku pengguna [3], [4], [13].

Persepsi kemudahan memiliki koefisien positif sebesar 0,175, tetapi tidak signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan belum menjadi alasan utama nasabah untuk meningkatkan minat menggunakan layanan digital. Dalam konteks perbankan syariah di daerah, kemudahan aplikasi dapat melemah pengaruhnya apabila nasabah masih menghadapi keterbatasan fitur, kebiasaan transaksi manual, atau membutuhkan pendampingan penggunaan aplikasi. Temuan ini memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan perlu dibaca bersama pengalaman digital dan kesiapan pengguna [4], [13], [15].

Keamanan digital memiliki koefisien positif sebesar 0,063, tetapi tidak signifikan secara parsial. Temuan ini tidak berarti keamanan digital tidak penting. Sebaliknya, keamanan digital dapat dipahami sebagai syarat dasar yang sudah diasumsikan harus tersedia dalam layanan perbankan. Nasabah mungkin belum menjadikan keamanan sebagai alasan eksplisit untuk meningkatkan minat, tetapi kepercayaan terhadap keamanan sistem tetap menjadi fondasi penting dalam layanan keuangan digital. Riset terbaru menunjukkan bahwa isu *cybercrime sentiment*, *trust*, *perceived risk*, dan *data security* semakin menentukan keputusan pengguna dalam layanan digital banking [5], [6], [7], [9], [14], [18].

Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital perbankan syariah. Nilai R Square sebesar 69,5% menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas yang kuat. Penambahan keamanan digital memberi sudut pandang baru dibandingkan model penerimaan teknologi yang hanya menilai manfaat dan kemudahan. Dalam literatur terbaru, penguatan model adopsi layanan digital semakin diarahkan pada keamanan, kepercayaan, kepuasan, dan intensi penggunaan berkelanjutan [10], [17], [18].

Kebaruan penelitian ini terletak pada penempatan keamanan digital sebagai variabel tambahan dalam model regresi penerimaan layanan perbankan syariah digital. Dengan demikian, artikel ini tidak lagi sekadar menguji ulang model lama, tetapi memberi pembacaan lanjutan bahwa keberlanjutan minat nasabah perlu dianalisis bersama aspek keamanan transaksi. Kebaruan ini penting karena transformasi layanan keuangan digital syariah menuntut bank tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga menjaga keandalan sistem, perlindungan konsumen, dan kepercayaan publik terhadap transaksi digital [6], [7], [8].

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital perbankan syariah di Gorontalo. Nilai R Square sebesar 0,695 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 69,5% variasi minat menggunakan layanan digital.

Secara parsial, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital. Persepsi kemudahan dan keamanan digital berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat nyata masih menjadi faktor utama dalam mendorong minat nasabah, sedangkan kemudahan dan keamanan digital lebih berfungsi sebagai faktor pendukung yang perlu diperkuat dalam pengalaman layanan.

Saran

Bank syariah perlu meningkatkan manfaat layanan digital melalui fitur transaksi yang lebih lengkap, cepat, dan relevan dengan kebutuhan nasabah. Bank juga perlu memperbaiki kemudahan navigasi aplikasi, memperluas edukasi penggunaan layanan digital, dan menyediakan pendampingan bagi nasabah yang belum terbiasa menggunakan teknologi perbankan.

Keamanan digital perlu diperkuat melalui perlindungan transaksi, notifikasi real time, edukasi pencegahan penipuan, dan respons pengaduan yang cepat. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel digital trust, privacy risk, service quality, dan Sharia compliance perception agar model penerimaan digital banking syariah dapat menjelaskan perilaku nasabah secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rahmatia, R., Lomagio, A., Meyanti, M., & Sulfia, S. (2022). Analisis penerimaan teknologi pada penggunaan digitalisasi layanan perbankan syariah di Provinsi Gorontalo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 351–361.
- [2] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- [3] Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- [4] Rahayu, I. S. (2016). Minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5(2), 137–150. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- [5] Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).
- [6] Aisyah, M. (2025). Customers' trust in Islamic banking post-cyberattack leads to digital service breakdowns in Indonesia. *Sustainable Futures*, 10, 101530. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101530>
- [7] Kornitasari, Y., Sura, L. J., & Dewi, D. N. A. M. (2024). How cybercrime sentiment shapes mobile banking adoption in Islamic banking. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 10(2).
- [8] Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Panduan penyelenggaraan digital banking dan perlindungan konsumen sektor jasa keuangan. Otoritas Jasa Keuangan.
- [9] Aldammagh, Z., Abdeljawad, R., & Obaid, T. (2021). Predicting mobile banking adoption: An integration of TAM and TPB with trust and perceived risk. *Financial Internet Quarterly*, 17(3), 35–46. <https://doi.org/10.2478/fiqf-2021-0017>
- [10] Veronika, S., Lee, M. S. W., Lang, B., & Putra, P. (2025). A systematic review and future agenda on continuance intentions in mobile apps. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(2), 100352. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2025.100352>
- [11] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

- [12] Napitupulu, D., Kadar, J. A., & Jati, R. K. (2017). Validity testing of technology acceptance model based on factor analysis approach. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 5(3), 697–704. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v5.i3.pp697-704>
- [13] Mardiyah, N. S., Rusydi, M., & Azwari, P. C. (2021). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap penggunaan aplikasi Gojek pada mahasiswa di Kota Palembang. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 173–180. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.16455>
- [14] Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap internet banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.30997/jn.v1i1.241>
- [15] Utami, T. L. W. (2021). Technology adoption on online learning during Covid-19 pandemic: Implementation of technology acceptance model. *Diponegoro International Journal of Business*, 4(1), 8–19. <https://doi.org/10.14710/dijb.4.1.2021.8-19>
- [16] Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of Market Research*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- [17] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- [18] Zulaikha, S. (2025). The continuance intention to use Islamic digital bank: The extended theory of expectation confirmation model. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2025-0123>