BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital sekarang ini teknologi sudah begitu maju dan canggih, dengan menjadi peran yang sangat penting di dalam usaha bisnis khususnya bisnis perbankan. Pada lembaga keuangan khususnya dalam berbisnis di bidang perbankan sangat ketat dalam memperoleh nasabah, lembaga keuangan perbankan dituntut untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi informasi yang sangat cepat telah mendorong lembaga keuangan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari lembaga keuangan (Soelistya & Agustina, 2018).

Penerapan teknologi digital akan mengikuti teori ekonomi yang menjelaskan bahwa kemajuan teknologi mengarah pada peningkatan produktivitas dan mendorong efisiensi perusahaan. Perusahaan yang efisien dan produktif akan meningkatkan kemampuannya untuk bersaing dan menguasai pasar. Namun dalam praktiknya, setiap bank memiliki sudut pandangnya masing-masing terkait urgensi fenomena perbankan digital. Hal ini tentu saja mempengaruhi daya saing mereka dimana bank menjadikan strategi digital sebagai strategi yang penting. Implementasi sistem perbankan digital pada bank syariah dianggap masih kurang dibandingkan bank konvensional. Sistem perbankan dengan teknologi digital bisa menjadikan fungsi penting bank sebagai perantara keuangan dan penyedia jasa keuangan dan penasihat keuangan untuk klien mereka (Azizah *et al.*, 2020).

Wimboh Santoso menyatakan bahwa Inklusi Keuangan Syariah pada 2020 baru berkisar 9,1% atau jauh tertinggal dari Inklusi Nasional yang telah menyentuh 76,10%. Wimboh menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi dan keuangan syariah menghadapi tantangan berat. Meski total aset keuangan syariah

tumbuh pesat, yakni mencapai 21,84% pada 2020, atau melampaui industri keuangan konvensional, sektor ini harus berpacu dengan berbagai perubahan. Wimboh juga menyoroti adaptasi teknologi keuangan syariah yang masih rendah. Dia mengatakan teknologi merupakan basis yang bakal menjadi pengubah atau *game changer* bagi pemulihan ekonomi (www.bisnis.tempo.co.id).

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan juga merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan (Naibaho,2017).

Dalam perkembangan teknologi informasi tidak lepas dengan transaksi *mobile banking*, karena fungsi layanan ini diharapkan dapat membantu nasabah perbankan dalam bertransaksi. Aplikasi teknologi informasi akan meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang lebih efektif lebih baik dari bank konvensional. Tanpa penerapan teknologi informasi di *mobile banking*, maka *mobile banking* tidak akan berfungsi dan digunakan oleh industri perbankan (Soelistya & Agustina, 2018).

Bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, dimana Indonesia merupakan negara mayoritas muslim terbesar di dunia. Masyarakat Indonesia mulai sadar akan haramnya riba dari bank konvensional dan mulai beralih ke bank syariah yang lebih menekankan pada sistem bagi hasil dan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah melihat penggunaan teknologi sebagai peningkatan efisiensi dalam memberikan pelayanan, keamanan dan kenyamanan kepada masyarakat. Peningkatan kualitas layanan yang diberikan bank syariah yaitu dengan menggunakan *mobile banking.* Dengan adanya *mobile banking* akan mempermudah transaksi bagi nasabah (Ramadhan, 2017).

Mobile Banking atau biasa disebut *m-banking* adalah sebuah layanan yang diberikan oleh pihak bank untuk memfasilitasi dan memudahkan bagi nasabah

untuk melakukan transaksi perbankan. *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah menggunakan telepon seluler (*handphone*). Dengan adanya fasilitas *mobile banking*, setiap nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja menggunakan telepon seluler mereka dan selama telepon seluler yang digunakan terhubung ke jaringan internet. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Mukhtisar *et al.*, 2021).

Penawaran layanan perbankan melalui *m-banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada masyarakat pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak masyarakat yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya masyarakat yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri (Kurniawati *et al.*, 2017)

Kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *m-banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu *mobile banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam *mobile banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk minat menggunakan *m-banking*. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Dewi *et al.*, 2017).

Ada faktor lain yang juga mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *mobile banking* yaitu fitur layanan. Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Fitur-fitur layanan yang tersedia dalam *mobile banking* antara lain layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM

terdekat, dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Minat adalah kesukaan terhadap sesuatu (kecenderungan hati). Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak terhadap orang, kegiatan atau situasi yang menjadi objek minat tersebut, disertai dengan rasa senang. Minat nasabah merupakan salah satu aspek psikologi manusia yang dapat mendorong mereka untuk mencapai tujuan. Seseorang yang tertarik pada suatu objek, cenderung memperhatikan atau merasakan kesenangan yang lebih besar terhadap objek tersebut, namun apabila objek tersebut tidak menimbulkan kesenangan, maka ia tidak akan tertarik pada objek tersebut. Minat dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk memperhatikan barang dan benda, atau dapat dikatakan sebagai dorongan untuk melakukan kegiatan tertentu (Iriani, 2018).

Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa untuk mengetahui penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi, dapat diketahui menggunakan konsep model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM), yaitu merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh Davis *et al.,* (1989) berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Teori ini digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Penggunaan teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi mudah dan berguna untuk seseorang. Maka, semakin tinggi teknologi informasi yang dimiliki dapat meningkatkan minat nasabah mengggunakan *mobile banking.*

PT Bank Syariah Indonesia Tbk, juga terus melakukan transformasi digital untuk menghadirkan kemudahan layanan keuangan bagi nasabah dan masyarakat, termasuk membuka rekening secara daring (online). Melalui pengembangan aplikasi BSI *Mobile* yakni fitur terbaru *Know Your Customer-Biometric*, BSI menargetkan pembukaan rekening online mencapai 1 juta nasabah. Dengan fitur terbaru yang dilengkapi keunggulan sistem biometrik, calon nasabah BSI kini

dapat membuka rekening tabungan secara online (*digital onboarding*) dengan cepat, mudah dan aman. Terobosan ini tentunya ditujukan untuk memberikan kenyamanan lebih kepada para calon nasabah BSI.

Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi menjelaskan bahwa melalui fitur layanan ini calon nasabah BSI dapat membuka rekening online. Ia berkomitmen akan terus meningkatkan *customer experience* dari calon nasabah dan nasabah BSI, melalui kanal-kanal digital yang kami hadirkan. Animo masyarakat terhadap layanan keuangan BSI cukup meningkat, dimana jumlah pembukaan rekening online per awal Juni 2021 mencapai lebih dari 400 ribu dengan rata-rata 2.000 pembukaan rekening online yang terdata setiap harinya. Hingga awal Juni 2021, jumlah pengguna BSI *Mobile* mencapai lebih dari 2 juta user dan transaksi BSI *Mobile* meningkat signifikan sebesar 73,78% secara tahunan (YoY). Targetnya, pembukaan rekening online melalui BSI *Mobile* meningkat menjadi sebanyak 3.000 per hari (www.newssetup.kontan.co.id).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS) atau BSI, mencatatkan pertumbuhan transaksi *mobile banking* 97,4% secara tahunan pada periode Juli 2021 atau sebanyak 46,4 juta transaksi. Direktur Utama BSI Hery Gunardi menyampaikan bahwa peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia saat batasi mobilitas dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di *e-commerce.* "Sejak Maret 2020 porsi transaksi BSI *Mobile* terus mengalami kenaikan. Sampai dengan Juli 2021, transaksi BSI *Mobile* berkontribusi paling tinggi yaitu 46% dari jumlah transaksi e-channel", ungkap Hery, di Jakarta, Senin (23/8/21). (www.cnbcindonesia.com)

Aplikasi BSI *mobile* telah diunduh sebanyak 5 juta masyarakat pengguna play store dengan pemberian *rating* sebesar 3.5 dengan ulasan sebanyak 109.000 ulasan. Dengan *rating* di bawah 4, itu berarti menggambarkan bahwa masih banyak nasabah yang menyatakan ketidakpuasannya terhadap aplikasi BSI *mobile* ini. Banyak masyarakat yang mengeluhkan terkait manfaat dari aplikasi BSI *mobile* yang tidak mereka dapatkan karena sulitnya mengakses aplikasi BSI *mobile*. Fitur layanan yang tersedia juga sulit untuk diakses sehingga nasabah kerap kali mengalami kegagalan transaksi dan pada saat melakukan aktivasi BSI

mobile. Sekecil apapun kekurangan pada aplikasi BSI *mobile*, pihak Bank BSI harus terus melakukan evaluasi dan perbaikan guna meningkatkan minat dan kepuasan nasabah terhadap aplikasi BSI *mobile*.

Dari penjelasan yang sudah dijabarkan diatas terlihat bahwa pengaruh teknologi, kemudahan dan fitur layanan merupakan masalah utama yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* pada bank syariah. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurmalia dan Wijayanti (2018) menunjukan hasil bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat membeli secara online. Sedangkan penelitian Makmuriyah dan Vanni (2020) menunjukan hasil bahwa variabel kemudahan penggunaan, persepsi resiko, dan persepsi fitur layanan mempunyai dampak positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking.*

Hasil penelitian Umaningsih & Wardani (2020) menunjukan hasil bahwa variabel fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Iriani (2018) dengan menggunakan metode kualitatif menunjukan hasil wawancaranya dengan para nasabah bahwa penggunaan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo sangat membantu dan memudahkan pihak nasabah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena masih terdapat hasil yang tidak konsisten dari beberapa penelitian sebelumnya. Ada beberapa aspek yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan dengan penelitian sekarang. Penulis menambahkan variabel teknologi yang berbeda dari sebelumnya. Penelitian ini mengambil objek perusahaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Buaran. Alasan penulis memilih untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut karena Bank Syariah Indonesia sudah banyak diketahui oleh masyarakat dan mencakup 3 (tiga) gabungan perusahaan Bank Syariah BUMN yang memiliki nasabah diseluruh Indonesia, yang di antaranya yaitu Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah sehingga peneliti dapat melihat kegiatan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dalam menggunakan *mobile banking* pada bank tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh teknologi informasi, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Teknologi, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Buaran)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah teknologi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh teknologi terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh fitur layanan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* pada bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan untuk mempunyai manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi pihak bank syariah untuk dijadikan sebagai sumber tambahan, catatan dan acuan bagi bank syariah di Indonesia dalam mengembangkan minat masyarakat untuk menggunakan *mobile banking*.

1.4.2 Manfaat secara Praktis

1.4.2.1 Bagi Perbankan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penggunan sistem teknologi informasi *mobile banking* dengan benar. Khususnya bagi pihak bank, untuk mengetahui sudah efektifkah penerapan layanan digital *m-banking* yang dimilikinya dan perbaikan-perbaikan yang perlu diperbaiki dalam layanan tersebut.

1.4.2.2 Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi masyarakat dalam menggunakan fitur layanan digital seperti *mobile banking* yang ada di perbankan syariah.

1.4.2.3 Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi untuk pihak yang sedang melakukan penelitian dan menjadi suatu perbandingan bagi peneliti selanjutnya. Serta menambah dan memperluas wawasan tentang sistem perbankan syariah.