

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini teknologi berkembang begitu pesat. Teknologi telah semakin modern. Pesatnya perkembangan teknologi berpengaruh terhadap semua lapisan. Tidak hanya mempengaruhi masyarakat akan tetapi juga berpengaruh terhadap perusahaan-perusahaan. Sekarang ini terdapat beragam industri yang mengembangkan kinerjanya pada sistem teknologi informasi. Hal inilah yang membuat perbankan melakukan inovasi terhadap jasa layanannya. Keberadaan perbankan beredar luas dalam kehidupan suatu negara, sehingga dapat dikatakan perbankan adalah agen pembangunan (*agen of independent*).

Hal ini tertera pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992. Isi dari Undang-Undang tersebut menyatakan jika “Perbankan Indonesia bertujuan menjunjung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”. Pada Undang-Undang tersebut bisa ditarik kesimpulan apabila perbankan mempunyai fungsi vital di dalam perkembangan sebuah wilayah. Hal ini dikarenakan perbankan merupakan sumber dana.¹

Sekarang ini tidak hanya bank konvensional akan tetapi bank syariah juga melakukan inovasi terhadap jasa layanannya. Kedua bank tersebut bersaing, berlomba-lomba melakukan inovasi. Persaingan yang terjadi antar bank disebabkan sumber daya produktif, misalnya deposito, simpanan, dan pinjaman yang merupakan sumber pemasukan. Kompetisi dapat didefinisikan tidak cuma dari sisi harga, namun pula dari segi produk dan jasa baru yang muncul sebagai akibat dari kemajuan teknologi yang telah menekan biaya produksi dan distribusi. Bank syariah berdasarkan prinsip universal, kemitraan, transparansi dan keadilan serta menjalankan aktivitas bisnis perbankan beracuan prinsip syariah sebagai komoditas, tidak menjalankan aktivitas yang tidak jelas, tidak diperbolehkan memakai dua harga guna satu barang atau dua transaksi pada satu kesepakatan.

Sejak berdirinya, bank syariah bertanggung jawab memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik untuk

¹ Dr. Basaria Nainggolan, M.Ag, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2016) 2-3

nasabahnya. Bank syariah kini gencar menjalankan digitalisasi produknya. Salah satunya adalah perbankan elektronik. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong inovasi perbankan saat ini melalui penggunaan internet. Hal ini sudah mengganti dinamika keterkaitan antara anggota dan bank.

Menurut definisi Bank Indonesia dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 mengenai Penerapan Manajemen Risiko Bagi Nasabah Teknologi Informasi oleh Bank Umum menjelaskan apabila Perbankan Elektronik (E-Banking) merupakan layanan yang memungkinkan anggota mendapatkan informasi, berkomunikasi dan menjalankan transaksi perbankan dengan alternatif elektronik . media delivery channel, seperti electronic data capture (EDC)/point of sale (POS), Anjungan Tunai Mandiri (ATM), phone banking, electronic funds transfer (EFT), internet banking dan mobile banking.²

Menurut Clarke tahun 2009 E-Banking mempunyai tiga bagian yakni kualitas informasi (information quality), kepercayaan (trust) dan kemudahan (easy of use). Mengenai kepercayaan, adalah hal yang utama yang harus dipertimbangkan nasabah Ketika melakukan kegiatan E-Banking karena menyangkut keamanan dari data nasabah. Kemudian mengenai kemudahan, dalam penggunaannya masih menjadi pertimbangan nasabah. Meskipun mudah dalam penggunaannya namun ada saja nasabah yang belum tahu bertransaksi E-Banking khususnya melalui aplikasi mobile banking. Sedangkan untuk kualitas informasi, E-Banking memberikan informasi yang cukup lengkap sehingga dapat memuaskan kebutuhan nasabah. Selain dimensi ada juga indikator E-Banking yaitu kemudahan pemakaian transaksi online, keakuratan sistem, gampang dimengerti, kemandirian sistem, dan efisiensi waktu.

Pada awal berdirinya bank syariah hingga saat ini banyak nasabah bank syariah yang melakukan bentuk transaksi dengan cara manual. Akibatnya terjadi antrian panjang pada bank syariah. Maka bank syariah melakukan inovasi guna memberikan kemudahan kepada nasabahnya khususnya dalam proses transaksi. Inovasi tersebut adalah adanya *Mobile banking* Bank Syariah. Layanan *Mobile banking* sendiri merupakan salah satu bentuk dari Electronic Banking. *Mobile banking* ini merupakan inovasi produk yang dihasilkan dari produk tabungan. Pada

²Peraturan Bank Indonesia, “9/15/PBI/2007 Penerapan Manajemen Risiko dalam Nasabah Teknologi Informasi oleh Bank Umum.” (2007)

dasarnya inovasi produk tersebut memberikan kemudahan bertransaksi bagi pemakainya. Inovasi tersebut juga senantiasa dikembangkan dengan keselarasan kemajuan teknologi saat ini.

Menurut Jeffry tahun 2021 Layanan *Mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan anggota bank menjalankan transaksi perbankan dengan perangkat elektronik berwujud *smarthphone*. Layanan ini bisa dipakai melalui pemakaian beragam fitur yang telah disediakan pada aplikasi. Aplikasi ini bisa di install oleh anggota, dan secara prinsip *Mobile banking* ini basisnya ialah Internet Banking. Dalam peraturan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dijelaskan internet banking dan *mobile banking* diartikan sebagai perbankan digital (*digital banking*).³

Di Indonesia sendiri penggunaan digital banking lebih cepat berkembang daripada internet banking. Hal ini disebabkan karena *mobile banking* lebih mampu menanggapi kepentingan warga yang mengedepankan kecepatan digital mobile. Di Indonesia pengguna digital banking terjadi kenaikan yang signifikan menjadi 2.5 kali lipat sejak tahun 2014. OJK menjelaskan jika pengguna digital banking bertambah senilai 169% dari 150,8 juta transaksi di tahun 2012 menjadi 405,5 juta transaksi pada tahun 2016. Sampai di tahun 2019 kegiatan digital banking berkontribusi sebesar 32% pada populasi bank. Pertumbuhan ini menjadi signifikan dikarenakan pemakaian aktif secara digital dan membawa profit bagi perbankan.

Menurut data statistika pada kuartal tiga 2019 penggunaan aplikasi *mobile banking* di Indonesia mencapai 33%. Meskipun demikian, data tersebut masih kalah rendah dari penggunaan aplikasi mobile lainnya. Akan tetapi aplikasi *mobile banking* masih lebih unggul dari aplikasi seperti health and fitness ataupun dating and friendship. Terdapat peluang besar pemakai aplikasi *mobile banking* dapat bertambah seiring dengan pertumbuhan teknologi dimasa mendatang.⁴

Berdasarkan data survey yang dijalankan Price Waterhous Coopers (PwC) bahwa sebanyak 68% responden memilih *Mobile banking* sebagai strategi digital sektor perbankan

³ Jeffry Z,C Nelwan, dkk, *Layanan Internet Banking dan Mobile banking di Bank KB Bukopin*, (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2021) 5

⁴ Rita & Mita Handra Fitria, “Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile banking PADA Pekerja Migran Indonesia” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 2 (2021), DOI : <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.453>

sedangkan yang memilih ATM hanya 48%. Hal tersebut menunjukkan apabila *Mobile banking* ialah bagai vital yang perlu diperhitungkan pada strategi jangka panjang guna menjadikan semua kegiatan *financial* berganti menjadi non-tunai. Meskipun demikian, minat warga di Indonesia menggunakan *Mobile banking* masih rendah. Hal ini relevan dengan survey yang dijalankan Rita & Fitria (2019) jika pengguna *Mobile banking* hanya sebesar 6,7%.

Kemudian pada tahun 2020 Bank Indonesia mencatat bahwa penggunaan transaksi digital banking mencapai Rp 2.774,5 Triliun atau bertambah 13,91% secara tahunan. Untuk penggunaan *mobile banking* sendiri bertumbuh 68%. Pada tahun 2021 transaksi menggunakan *mobile banking* sebesar Rp 2.704,61. Sedangkan pada tahun 2022, sejak awal tahun hingga bulan Mei volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 miliar. Secara nilai transaksi *mobile banking* pada tahun ini mencapai Rp 3.888,09 triliun.⁵

Pada *Mobile banking* jika jasa atau pelayanan yang diberikan sebuah bank dirasa cukup mudah maka anggota hendak berminat atau termotivasi guna memakai *Mobile Banking*. Minat menurut Stefanus M. Marbun tahun 2018 merupakan kecenderungan yang tetap untuk melakukan tindakan pada suatu objek. Berbeda dengan Syuhada tahun 2013 yang mengungkapkan bahwa minat ialah sebuah tahap kejiwaan yang bersifat abstrak yang dikatakan oleh semua kondisi kegaitan, terdapat objek yang diyakini bernilai alhasil dapat diidentifikasi dan diharapkan. Alhasil tahapan jiwa menghadirkan kecondongan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan kemauan terhadap sesuatu. Dapat dinyatakan juga bahwa minat menghadirkan kemauan yang erat terhadap sesuatu.

Sedangkan untuk anggota ialah individu yang biasa berkaitan dengan atau menjadi nasabah bank pada aspek *financial*.⁶ Minat nasabah ialah salah satu aspek psikis manusia yang bis memotivasi guna meraih tujuan. Individu yang mempunyai niat terhadap sebuah objek, akan condong guna memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar

⁵Global Institut of Technology & Business, *Kuliah Umum "Kiat Sukses Meniti Karir di Sektor Perbankan Pada Era Digital"* 26 Februari 2021 <https://cnd.global.ac.id/>

⁶Melis, "Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri," *Islamic Banking* 2, no. 1 (2016): 39–48, <https://ejournal.stebigm.ac.id/index>

terhadap objek tersebut, akan tetapi jika objek itu tidak menghadirkan rasa gembira, maka tidak mempunyai niat pada objek tersebut. Minat bisa dimaknai sebuah kemauan yang hadir dari sebuah perhatian individu terhadap barang, benda atau bisa juga dikatakan sebagai motivasi hendak menjalankan aktivitas spesifik.

Minat nasabah menurut Shofiana tahun 2011 dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *shared value* (nilai lebih) dan *communication* (komunikasi).⁷ Perilaku konsumen secara global lebih dipengaruhi oleh reward guna meraih sebuah hasil yang diharapkan dari pada oleh motivasi dari dalam diri. Pelanggan memilah produk spesifik sibandingkan merek yang lain sebab pelanggan menginginkan dampak positif atas pilihannya itu. Sedangkan untuk komunikasi, semakin tinggi taraf komunikasi sosial yang diwujudkan oleh sebuah website bank, semakin besar dampaknya terhadap minat pelanggan dan menambah peluang pelanggan menjalankan dan memakai transaksi online.

Pada pemakaian *Mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kemudahan dalam pemakaian kegunaan, keyakinan dan kemampuan akses layanan. Dalam Layanan *Mobile banking* jika jasa yang diberikan dalam sebuah bank dipersepsikan cukup mudah maka akan banyak nasabah yang termotivasi guna memakai layanan tersebut. Penggunaan *Mobile banking* yang semakin banyak tentunya timbul suatu permasalahan.

Asumsi-asumsi yang penulis dapat dari berita-berita terakurat, bahwasannya penggunaan *Mobile banking* dapat dipengaruhi oleh klasifikasi kelas masyarakat. Pertama, dari masyarakat kelas atas, ada sebagian dari mereka yang tidak menggunakan aplikasi *Mobile banking* dikarenakan mereka merasa aplikasi tersebut kurang aman. Hal ini dipengaruhi oleh kejahatan yang terjadi pada *Mobile banking* bank konvensional yang terjadi beberapa waktu lalu. Bagi masyarakat kelas atas yang saldo rekening mereka dapat dikatakan cukup banyak, maka mereka menjadi was-was dan takut jika menggunakan *mobile banking* maka hal serupa akan terjadi pada mereka. Meskipun

⁷Vina Pandu Winata, Sabri dan Sandra Dewi, "Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Bsm Mobile banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh" Jurnal Ekonomika Syariah 2 no.2 (2018) 204 <https://ejournal.iainbukittinggi.ac.id>

demikian, masih banyak dari kalangan atas yang memakai aplikasi Mobile Banking.

Kedua, masyarakat kelas menengah. Pada masyarakat kelas menengah rata-rata sudah memakai Mobile Banking. Hal tersebut dikarenakan mereka percaya jika *Mobile banking* itu aman. Selain di rasa aman, adanya *Mobile banking* juga mempermudah mereka. Mereka terbantu melalui tersedianya *Mobile banking* karena ketika menjalankan transaksi mereka tidak perlu lagi ATM atau bank. Dengan adanya Mobile Bnking transaksi bisa dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan pun.

Ketiga, masyarakat kelas bawah. Pada masyarakat kelas bawah kebanyakan mereka belum menggunakan aplikasi Mobile Banking. Dikarenakan merka terkadang hanya menabung saja di bank dan tidak melakukan transaksi lainnya. Jadi mereka rasa tidak perlu menggunakan aplikasi Mobile Banking. Selain itu meski *Mobile banking* mudah di akses, namun pada kalangan ini banyak yang belum bisa menggunakan aplikasi Mobile Banking. Hal itulah yang menyebabkan mereka tidak menggunakan aplikasi Mobile Banking.

Fakta lain yang penulis dapat, bahwasannya ada kekurangan dalam pelayanan melalui *Mobile banking* sehingga nasabah ragu untuk menggunakan aplikasi tersebut. Adanya berita-berita hoax juga mempengaruhi minat nasabah guna menggunakan Mobile Banking. Selain itu kompatibel dengan gadget yang dipakai. Pada aspek ini gadget mempengaruhi pemakaian Mobile Banking. Misal saja handphone dengan spek rendah tidak dapat mengakses Mobile Banking. Biasanya aplikasi akan tiba-tiba eror. Namun, di zaman modern seperti ini handphone seperti itu hanya sedikit di Indonesia karena masyarakat sekarang kebanyakan memiliki handphone yang canggih-canggih karena mereka juga mengikuti pertumbuhan teknologi.

Kemudian, daerah domisili mereka juga berpengaruh terhadap minat memakai Mobile Banking. Nasabah yang domisilinya di kota, ia lebih dekat dengan bank atau ATM ia tidak menggunakan aplikasi *Mobile banking* karena pada dasarnya Ketika ingin melakukan transaksi ia bisa langsung dengan mudah ke bank atau ATM. Namun, berbanding terbalik dengan fakta yang ada. Kenyataannya nasabah yang domisilinya dikota banyak yang menggunakan Mobile Banking. Fenomena ini bisa disebabkan karena budaya orang kota yang

menginginkan semua serba cepat dan instan. Oleh karena itu ia memakai *Mobile banking* yang bisa digunakan dimanapun dan kapan pun.

Sedangkan untuk nasabah yang domisili di desa banyak yang belum menggunakan Mobile Banking. Padahal, pada dasarnya nasabah yang berdomisili di desa harusnya menggunakan *Mobile banking* karena ia jauh dengan ATM atau bank. Namun faktanya tidak, ia memilih menggunakan budaya manual dengan masih antri ke ATM atau bank. Hal ini disebabkan karena nasabah yang berdomisili di desa biasanya belum mengetahui cara menggunakan *Mobile banking* karena terhambat dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi biasanya sulit untuk masuk di daerah pedesaan.

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tessa Angelina tahun 2022, bahwa faktor keamanan dan ketepatan berdampak signifikan terhadap niat anggota memakai Mobile Banking. Objek penelitiannya di BSI KCP Stabat. Selain faktor keamanan dan ketepatan yang menjadi faktor dominan, Tessa Angelina mengungkapkan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi Mobile Banking. Faktor tersebut ialah kecepatan, biaya, keyakinan, reputasi dan resiko. Meskipun faktor tersebut tidak begitu dominan tetapi tetap saja memberikan pengaruh terhadap niat memakai aplikasi Mobile Banking, meskipun pengaruhnya kecil.⁸

Sedangkan riset yang pernah ada yang dijalankan Siti Bejana Siaga dan Khairina Tambunan pada tahun 2022, memperoleh hasil bahwa faktor yang mempengaruhi minat anggota menggunakan layanan *Mobile banking* ialah faktor keringanan, kenyamanan serta keamanan. Objek penelitiannya di Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. Mereka mengungkap bahwa dengan faktor-faktor tersebut dapat lebih efisien karena nasabah bisa menjalankan transaksi dari rumah tanpa harus datang ke ATM atau bank.⁹

⁸ Tessa Angelina, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking* Pada PT. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat” Tessa Angelina1, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat,” *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2022): 127–41, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

⁹ Siti Bejana Siagian & Khairina Tambunan , “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan *Mobile banking* pada PT

Namun berbeda lagi dengan hasil riset yang dijalankan Achmad Fandi tahun 2019, ia mengungkapkan apabila kualitas layanan yang berdampak secara signifikan terhadap minat anggota memakai layanan Mobile Banking. Hasil uji yang ia lakukan, bahwa *Mobile banking* dapat memberikan layanan yang menjanjikan dan memberikan kemudahan untuk nasabah. Objek penelitiannya di Bank Syariah Mandiri kota Surabaya. Keunggulan dari pelayanan BSM inilah yang menarik minat nasabah untuk menggunakan Mobile Banking.¹⁰

Dari uraian tersebut bisa diketahui jika layanan *Mobile banking* ini memberikan banyak manfaat bagi nasabah. Dengan demikian harusnya nasabah banyak yang menggunakan layanan tersebut. Namun, kenyataan yang terjadi masih banyak dijumpai nasabah yang tidak memakai layanan Mobile Banking. Fenomena yang terjadi di kampus IAIN Kudus misalnya dijumpai banyak mahasiswa yang memiliki rekening bank syariah akan tetapi mereka tidak menggunakan mobile banking. Disamping itu, dari uraian kajian terdahulu terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi.

Untuk itulah riset ini dijalankan, yaitu guna diketahui lebih mendalam beragam faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam memakai layanan *Mobile banking* dengan studi kasusnya yaitu Bank Syariah di Kudus. Untuk bank Syariah yang diteliti yaitu diambil dari bank Syariah terbaik dan terbesar yang ada di Kudus. Karena studi kasus dari penelitian ini adalah di Kota Kudus. Adapun bank tersebut ialah BSI, Bank Jateng Syariah, Bank Muamalat, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Kudus, Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Kudus, serta bank digital yaitu Aladin dan Bank Jago Syariah .

B. Fokus Penelitian

Relevan dengan tema yang dipilih peneliti pada riset ini ialah beragam faktor yang mempengaruhi nasabah memakai aplikasi *mobile banking* bank syariah di Indonesia maka kajian ini berfokus pada dua aspek yaitu faktor yang mempengaruhi dan niat anggota yang memakai *mobile banking*.

Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan”, Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), Vol 2 No. 1 (2022) :152-160

¹⁰ Achmad Fandi, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* PT. Bank Syariah Mandiri Surabaya “ Jurnal Ekonomi Islam, Vol 2 No.3 (2019): 110–17.

C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dijelaskan, maka bisa dirumuskan suatu masalah sebagai berikut :

1. Apa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi *Mobile Banking* di Bank Syariah?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah ?
3. Bagaimana upaya bank syariah dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan aplikasi *Mobile Banking*?

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang dipaparkan, maka riset ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Riset ini bertujuan guna mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi minat nasabah memakai aplikasi *Mobile banking* di Bank Syariah.
2. Riset ini bertujuan untuk mengetahui faktor penghambat dan juga faktor pendukung penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah.
3. Riset ini bertujuan untuk mengetahui cara meningkatkan minat nasabah memakai aplikasi *Mobile banking* di Bank Syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Riset ini diinginkan mampu menjadi orientasi dalam meningkatkan ilmu pengetahuan dan menciptakan layanan jasa yang lebih inovatif.
1. Manfaat Praktis
Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini mampu mendukung bank untuk menambah layanan sistem yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

F. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal
Bagian awal mencakup lembar judul, pengesahan majelis pengujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar table dan daftar gambar/grafik.

2. Bagian Utama

Pada bagian ini mencakup lima bab, yakni :

- BAB I : PENDAHULUAN
 Pada bagian ini berisi mengenai latar belakang masalah, fokus riset, rumusan masalah, maksud kajian, faedah riset, dan runtutan penyusunan.
- BAB II : KAJIAN PUSTAKA
 Bagian ini berisi mengenai kajian teori, riset yang pernah dijalankan, kerangka berfikir dan daftar pertanyaan riset.
- BAB III : METODE PENELITIAN
 Pada bagian ketiga berisi mengenai ragam dan pendekatan riset, *setting* kajian, subyek riset, sumber data, metode pengumpulan data, pembuktian kebenaran data, dan metode telaah data.
- BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
 Pada bagian ini berisi mengenai gambaran obyek riset, deskripsi data riset dan telaah data kajian.
- BAB V : PENUTUP
 Pada bab terakhir ini berisi mengenai ringkasan dan beberapa masukan.
3. Bagian Akhir
 Pada bagian akhir ini berisi daftar Pustaka dan lampiran-lampiran. Lampiran-lampiran ini berisi transkrip wawancara, catatan observasi, dan foto.