

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia industri saat ini sedang memasuki era baru yang disebut dengan Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 merupakan fenomena yang mengkolaborasikan teknologi cyber dan teknologi otomatisasi. Revolusi Industri 4.0 dikenal juga dengan istilah “*cyber physical system*”. Konsep penerapannya berpusat pada otomatisasi yang dibantu teknologi informasi dalam proses pengaplikasiannya, keterlibatan tenaga manusia dalam prosesnya dapat berkurang. Sehingga, efektivitas dan efisiensi pada suatu lingkungan kerja dengan sendirinya akan bertambah. Sejalan dengan perkembangan industri di era digital hal ini juga mempengaruhi perkembangan teknologi yang berevolusi merambah ke dunia finansial yang banyaak memberikan kemudahan.¹

Fintech terus berkembang pesat, berupaya untuk menyesuaikan diri dengan beragam kebutuhan penggunaanya. Di Indonesia, sektor fintech mulai menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, mencakup berbagai bidang, antara lain startup pembayaran, pinjaman, perencanaan keuangan pribadi, investasi ritel, pembiayaan melalui crowdfunding, remittance, riset keuangan, dan banyak lagi.² Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan. Saat ini, banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka.

Tidak hanya sebagai penyedia aplikasi dan website untuk bertransaksi saja, digitalisasi perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Misalnya, saat ini beberapa bank sudah memiliki aplikasi untuk reservasi nomor antrean yang digunakan untuk mencetak transaksi tabungan dan mengganti buku tabungan sudah bisa dilakukan melalui mesin. Bahkan untuk membuka rekening pun kini sudah dapat dilakukan secara self service oleh nasabah, tanpa harus datang ke kantor cabang lagi. Hadirnya

¹ Nabilah Purba, Mhd Yahya, and Nurbaiti, “Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya,” *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, no. 2 (2021): 91–98.

² Phaureula Arta Wulandari, “Financial Technology,” *Artificial Intelligence and the Law*, 2020, 31–48, <https://doi.org/10.4324/9780429344015-2>.

digital banking menjadi solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan.

Inovasi bank dalam memberikan layanan bagi nasabah dengan memanfaatkan system teknologi yang digunakan dalam bentuk ATM (*Authomatic Teller Mechine*), internet banking, mobile banking dan lain sebagainya. Sebelumnya masyarakat sudah merasa dimudahkan dengan adanya penggunaan ATM untuk membantu proses transaksi, namun seiring berkembangnya teknologi transaksi melalui ATM dianggap tidak jauh berbeda dengan datang langsung ke bank yang harus menempuh jarak dan juga harus mengantri karena ATM merupakan fasilitas bank yang bersiat umum.³

Kebanyakan masyarakat merasa penggunaan ATM kurang efisien sehingga bank memberikan alternatif berupa layanan mobile banking yang menerapkan sistem teknologi informasi yang dinilai lebih menguntungkan bagi nasabah dikarenakan lebih menghemat waktu dan biaya. Melalui mobile banking nasabah dapat mengakses beberapa informasi mereka dan juga dapat melakukan transaksi lainnya.

Transformasi digital yang dilakukan industri perbankan lebih dari sekedar menyediakan layanan online dan mobile banking. Industri finansial perbankan perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru tersebut harus mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan. Saat ini, banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka. Tidak hanya sebagai penyediaan aplikasi dan website untuk bertransaksi saja, digitalisasi perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia.

Misalnya, saat ini beberapa bank sudah memiliki aplikasi untuk reservasi nomor antrean yang digunakan untuk mencetak transaksi tabungan dan mengganti buku tabungan sudah bisa dilakukan melalui mesin. Bahkan untuk membuka rekening pun kini sudah dapat dilakukan secara self service oleh nasabah, tanpa harus datang ke kantor cabang lagi. Hadirnya digital banking menjadi

³ Ubaidillah and Anggih Dea Pratiwi, "Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Purwokerto," *Alkasb: Journal of Islamic Economis* 2, no. 2 (2023): 129–53.

solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan.

Pengguna smartphone di Indonesia dari hasil survei yang dilakukan oleh eMarketer memperkirakan besarnya jumlah pengguna smartphone di Indonesia sebanyak 92 juta pengguna pada tahun 2019.⁴ Besarnya jumlah pengguna smartphone tersebut membuat banyaknya perkembangan berbagai macam jenis aplikasi mobile yang tersedia pada smartphone. Besarnya minat masyarakat dalam menggunakan smartphone membuat instansi baik pemerintah maupun swasta mencoba meningkatkan pelayanan mereka melalui layanan berbasis aplikasi mobile.⁵ Tidak terkecuali pada bidang perbankan, hal ini membuat lembaga perbankan di Indonesia melakukan inovasi. Perusahaan juga melakukan inovasi produk sebagai strategi untuk menarik minat konsumen dengan mengembangkan fitur yang ditawarkan. Strategi untuk menarik minat konsumen dan menilai salah satunya dengan pendekatan dalam perancangan perangkat lunak yang menjadikan pengguna sebagai tolak ukur dalam proses pembuatan aplikasi.

Untuk menafsirkan kebutuhan pelanggan dengan pendekatan pengalaman pengguna. Keunggulan yang harus dimiliki oleh perbankan yang menyediakan layanan mobile banking untuk dapat sukses dipasaran adalah aplikasi mobile banking yang menjadi representasi dari perbankan itu sendiri terhadap pelanggan. Aplikasi tersebut menjadi penunjang untuk berinteraksi dengan pengguna, aplikasi yang baik adalah cerminan sebagai produk atau layanan yang memiliki tingkat kemudahan yang tinggi saat digunakan oleh pengguna. Sangat penting untuk memastikan bahwa produk atau layanan tersebut memiliki pengalaman perangkat yang baik.

Sedangkan Internet banking adalah salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan Bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan internet Only Bank tidak diperkenankan.⁶

⁴ Raka Yuwono et al., "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Di Indonesia Dengan Menggunakan Usability a Dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Pada JakOne Mobile Dan BCA Mobile)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 6 (2019): 5666–73.

⁵ Yuwono et al.

⁶ Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, "Internet

Internet banking dapat berupa *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking* dan *Transactional Internet Banking*. *Informational Internet Banking* adalah pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

Communicative Internet Banking adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam konteks komunikasi, nasabah dapat berinteraksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara terbatas, tanpa melakukan eksekusi transaksi. Sebaliknya, *transactional internet banking* menawarkan layanan kepada nasabah untuk berinteraksi dengan bank sekaligus melakukan eksekusi transaksi.

Dengan adanya perkembangan inovasi aplikasi M-Banking memiliki keuntungan yang sangat besar bagi para nasabah. Karena dengan adanya layanan tersebut nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Melihat perkembangan M-Banking di Indonesia yang sangat cepat dilatar belakangi layanan M-Banking mampu menyesuaikan kebutuhan para pelaku ekonomi keuangan perbankan di era modern ini. Dari banyaknya nasabah yang menggunakan layanan M-Banking terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya yang paling menarik yaitu fasilitas kemudahan bertransaksi yang terdapat dalam M-Banking yang diperoleh oleh nasabah.

Selain itu persepsi juga berpengaruh salah satunya Persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut. Sedangkan persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi menjadikannya terbebas dari suatu usaha. Dapat disimpulkan juga bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan Keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.⁷

Banking Di Indonesia,” *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 2022, 37–64.

⁷ Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, and Lala Irviana, “Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money,” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13 (2016): 1–15.

Persepsi keamanan dan resiko, keamanan privasi dan risiko keselamatan yang dikeluarkan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi juga sebagai variabel endogen pada kegiatan e-banking. Keamanan dan privasi, menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan mobile banking untuk bertransaksi. Tingkat keamanan ini diukur dengan indikator tidak khawatir memberikan informasi, kepercayaan bahwa informasi dilindungi, dan kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

Dari berbagai persepsi tersebut memang dapat dijadikan alasan mahasiswa FEBI IAIN kudus menggunakan aplikasi mobile banking. Mereka menginginkan sistem transaksi yang praktis dan nyaman serta efisien. Untuk menarik minat nasabah supaya menggunakan aplikasi mobile banking perlunya meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas pelayanan elektronik, atau Electronic Service Quality, merujuk pada mutu layanan yang disediakan melalui media internet. Saat ini, banyak nasabah yang lebih memilih menggunakan smartphone untuk melakukan transaksi. Keberadaan berbagai aplikasi fintech pembayaran mendorong mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kudus tahun 2020-2023 untuk menentukan aplikasi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebagian mahasiswa terlihat tertarik menggunakan aplikasi mobile banking sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Namun, ada juga yang kurang berminat dan hanya mengenal aplikasi tersebut secara sekilas.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai alasan yang mendorong mahasiswa untuk memilih menggunakan, atau sekadar mengenal, beberapa aplikasi mobile banking. Alasan-alasan yang menjadi faktor penghambat mereka dalam penggunaan aplikasi ini bisa dijadikan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat menarik minat mahasiswa untuk memanfaatkan aplikasi mobile banking. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari uraian masalah diatas dapat dirumuskan masalah dalam riset ini, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan mobile banking ?
2. Apakah electronic service quality berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa IAIN Kudus khususnya fakultas ekonomi dalam menggunakan layanan mobile banking ?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dari riset yang dilakukan, yaitu untuk membantu pembaca memahami hal-hal berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan mahasiswa IAIN kudus fakultas ekonomi dan bisnis islam dalam menggunakan layanan mobile banking.
2. Untuk memahami apakah kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa FEBI IAIN Kudus dalam menggunakan layanan mobile banking.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, hasil riset yang dilakukan oleh peneliti memberikan wawasan baru dalam merumuskan pemikiran keilmuan. Hal ini penting untuk menganalisis berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan mobile banking.
2. Bagi perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat berfungsi sebagai sumber informasi penting untuk evaluasi, khususnya bagi perusahaan baru yang sedang berkembang, terutama di sektor lembaga keuangan dan perbankan.
3. Bagi akademisi, temuan riset ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi tambahan atau dukungan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan sumber daya manusia.
4. Bagi peneliti di masa mendatang, kehadiran riset ini dapat berfungsi sebagai referensi penting untuk menemukan sumber-sumber yang relevan, jika mereka ingin melakukan penelitian yang sejenis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memiliki tujuan untuk mempermudah seseorang dalam mengetahui isi skripsi, diantaranya :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan latar belakang permasalahan yang diteliti, merumuskan permasalahan yang menjadi fokus penelitian, serta menjabarkan tujuan dan

manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menyajikan sistematika penulisan yang akan memandu pembaca dalam mengikuti keseluruhan isi karya ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori ini menyajikan kerangka teori serta penjelasan materi yang akan memandu kita dalam memahami tingkat persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan elektronik, serta bagaimana hal ini memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan mobile banking.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian, dijelaskan berbagai metode dan cara yang digunakan untuk merancang penelitian. Ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, serta pengujian keabsahan data. Selain itu, penting juga untuk melakukan identifikasi variabel dan teknik yang digunakan dalam pengolahan data, melakukan uji instrumen penelitian, dan menguji asumsi klasik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menyajikan hasil penelitian dan analisis yang terdiri dari beberapa bagian, meliputi gambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian, rincian data per variabel, hasil analisis data, temuan dari uji hipotesis, serta pembahasan terkait.

BAB V : PENUTUP

Menawarkan sebuah penutup dan kesimpulan yang menyajikan ringkasan mengenai inti permasalahan yang diteliti, serta menyampaikan serangkaian saran yang akan berguna tidak hanya bagi peneliti itu sendiri, tetapi juga bagi pihak-pihak lain secara umum.