

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan internet dan teknologi seluler semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kebutuhan Internet hampir dipandang sebagai kebutuhan sehari-hari. Banyaknya pengguna Internet membuat para pebisnis ingin mengembangkan usahanya dengan jaringan bisnis melalui Internet atau ponsel sebagai cara menawarkan produk untuk meningkatkan penjualan bisnis. internet via *mobile* telah menjadi salah satu media penting untuk berbelanja. Perubahan gaya hidup yang semakin modern, semakin mudah berselancar di Internet yang mudah pada seluruh wilayah yang membuat toko online negara kita tumbuh setiap hari. Berbagai produk dan jasa bahkan mulai dipasarkan oleh pelaku komersial di dunia maya, meningkatkan keuntungan tiap bulannya.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat cepat. Informasi dapat disampaikan atau diakses setiap saat dengan berbagai media yang berperan dalam individu dan organisasi. Satu yang saat ini mengalami pertumbuhan pesat adalah transaksi online pengguna Internet. Perdagangan online merupakan salah satu aplikasi dari kemajuan teknologi informasi dan kegunaannya sangat kuat. Pada awal keberadaannya, masyarakat kurang yakin dalam melakukan transaksi online karena dalam transaksi online, seseorang bergantung sepenuhnya pada kepercayaan terhadap informasi yang

disampaikan. Pemilik website dan pengunjung website tidak dapat melihat produk yang ditawarkan dengan mata secara langsung (Buttner & Goritz, 2008). Namun faktanya, volume transaksi online terus berkembang pesat, sehingga niat beli dalam transaksi online menjadi bagian penting dari pembelajaran.

Namun pada masa yang sekarang ini, banyak sekali kaum milenial yang membeli sebuah produk tanpa melihat dari kebutuhannya. Hal ini terjadi karena tujuan dari mereka membeli suatu produk adalah adanya tuntutan gaya hidup yang mengutamakan penampilan tubuh dari pada nilai utama dari kebutuhannya dan sebagai pemuas keinginan sehingga tingkat kepuasan yang dimiliki maksimal dan dapat diterima lingkungan sekitarnya. Sementara itu konsumsi masyarakat mengalami peningkatan pada Maret 2022, sejalan dengan aktivitas ekonomi dan mobilitas yang semakin membaik di tengah kasus Covid-19 yang terus menurun. Hal ini tercermin dari hasil Survei Konsumen Bank Indonesia (BI) yang menyebutkan bahwa rata-rata proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi meningkat pada Maret 2022 dari bulan sebelumnya. BI mencatat, rata-rata proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi pada Maret 2022 mencapai 74,4 persen, naik tipis dari Februari 2022 sebesar 74.0 persen.

Dalam Islam perilaku konsumtif termasuk ke dalam perilaku mubazir yang dijelaskan dalam Q.S Al – Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

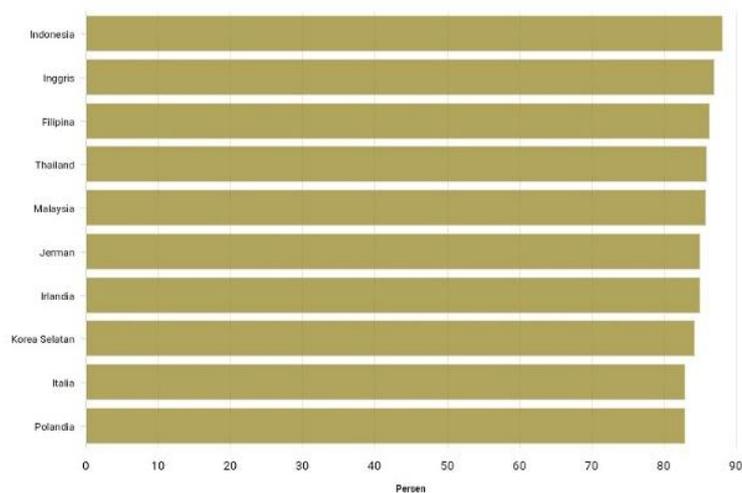
Artinya: *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”*

Apa yang dijelaskan dari ayat Al- Qur’an tersebut bahwa Islam sendiri tidak memperbolehkan bahkan melarang manusia untuk tidak berperilaku konsumtif atau mubazir. Karena hal tersebut termasuk kedalam hal yang tidak terpuji. Islam mengajarkan kesederhaan. Ajaran-ajaran islam menganjurkan pola konsumsi harta secara wajar dan berimbang.

Hal inilah yang menyebabkan Indonesia menjadi peringkat pertama dalam 10 Negara dengan presentase penggunaan *E-Commerce* tertinggi di dunia (April 2021), seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini:

Grafik 1.1

Presentase Penggunaan E-Commerce Di Dunia



Sumber: databoks.katadata.co.id

Untuk mengikuti era yang semakin maju ini, salah satu bidang yang perlu terbuka terhadap kemajuan teknologi adalah perbankan. Lahirnya

perbankan syariah di Indonesia, menjadikan perbankan konvensional semakin meningkatkan kualitas layanannya agar tidak kehilangan pangsa pasarnya. Menurut Muhammad Zakiy & Azzahroh (Zakiy, Muhammad; Azzahroh, 2017) kemudahan dalam mengakses fasilitas perbankan menjadikan konsumen semakin mudah membedakan kualitas layanan dari sebuah bank dengan bank lain. Bank Syariah adalah bank yang usahanya tidak berdasarkan bunga. Kegiatan dan produk perbankan Syariah dikembangkan sesuai dengan prinsip Syariah, yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Perbankan Syariah adalah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), meliputi organisasi, kegiatan usaha, serta tata cara dan tata cara pelaksanaan kegiatan usaha, sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 21, 2008. Didirikan *Islamic Finance* di Indonesia berdiri pada tahun 1992, ditandai dengan berdirinya BMI (Bank Muamalat Indonesia). Dengan adanya amandemen Undang-Undang Nomor 72 Tahun 1992 menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, termasuk bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil sehingga Bank Syariah dapat berkembang.

Pembaruan Peraturan BI No. 6/24/PBI/2004 diperbarui menjadi termasuk bank umum yang menjalankan kegiatan usaha sesuai prinsip Syariah, sehingga pertumbuhan perbankan Syariah di Indonesia tumbuh terlalu cepat. Dengan Undang-Undang no. 7/46/PBI/2005 tentang kontrak pengumpulan dan distribusi modal Bank kepada bank umum berdasarkan prinsip Syariah. Adanya prinsip Syariah memungkinkan organisasi *Islamic Finance* untuk memberikan layanan yang semakin lengkap untuk memenuhi kebutuhan pasar.

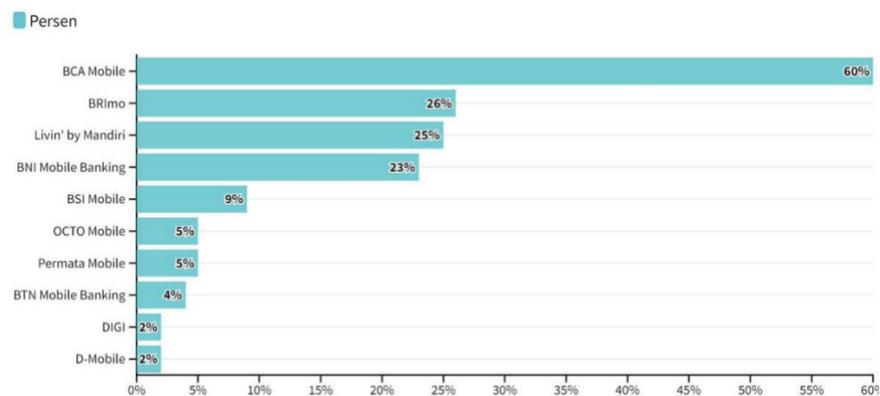
Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang baru-baru ini berpartisipasi dalam penggabungan tiga bank umum syariah (BUMN), yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS). Sebelumnya, ketiga Bank ini adalah Bank komersial yang terpisah, tetapi mengembangkan pangsa pasar dan mendorong perkembangan perbankan Syariah, tiga Bank yang telah dikonsolidasikan menjadi satu divisi, memiliki izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nomor SR-3/PB.1/2021. 27 Januari 2021 sehubungan dengan bank konsolidasi dalam memberikan izin merger kepada tiga Bank Syariah beserta izin penggabungan tiga Bank Syariah dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS) telah diberikan merger berganti nama menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk telah disetujui oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, dan akan aktif mulai 1 Februari 2021. Penggabungan ketiga bank ini akan menggabungkan keunggulan tiga Bank Syariah besar untuk menyediakan keuangan syariah Indonesia dengan layanan yang lebih baik, cakupan yang lebih luas, modal yang lebih baik, inovasi dan kapasitas yang ditingkatkan.

Pertumbuhan pengguna *mobile banking* BSI sejak merger atau konsolidasi hingga Februari 2022 tercatat sebesar 3,47 juta pengguna aktif *mobile banking*. Kontribusi sebagian besar transaksi tersebut dilakukan melalui *mobile banking* BSI dengan total 124,54 juta. Volume transaksi *mobile banking* BSI mencapai 150,84 triliun. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya pengguna *mobile banking*. Ada juga dorongan dari BSI, yang terus berinovasi

dengan menunjukkan “*one-handed beyond the banking experience*”. Hal inilah yang menjadikan Bank Syariah Indonesia (BSI) masuk ke dalam daftar 10 aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2022 seperti yang terlihat pada grafik dibawah ini:

Grafik 1.2

10 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia Tahun 2022



Sumber: goodstats.id

Seperti yang terlihat pada grafik diatas, Bank Syariah Indonesia menduduki peringkat ke lima sebagai *mobile banking* yang paling banyak digunakan di Indonesia. BSI selalu melakukan perbaikan atau pembaruan *mobile banking*. BSI menyelesaikan tahap akhir proses transisi nasabah pada 1 November 2021. Bank Syariah Indonesia resmi melayani seluruh nasabah dan masyarakat Indonesia dalam satu sistem. Sistem tunggal ini merupakan sistem tunggal yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan ketiga produk dan layanan bank dalam satu sistem BSI. Sistem terpadu ini berarti BSI akan

memiliki *core banking system*, kode sortir 451, catatan perusahaan dan laporan keuangan semuanya atas nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Sistem tunggal akan membuat BSI lebih besar dalam hal aset, keuntungan, pendanaan, dan pengguna *mobile banking*. Selain itu, BSI *Mobile Banking* telah menambahkan fitur tambahan BI Fast. Nasabah dapat bertransaksi antar bank tanpa perlu khawatir dengan tarif antar Bank hanya Rp 2.500 per transaksi. Inilah sebabnya mengapa banyak nasabah Bank Syariah Indonesia mulai menggunakan *mobile banking* saat melakukan transaksi.

Alasan nasabah BSI menggunakan aplikasi *m-banking* dipengaruhi oleh faktor berikut, faktor yang pertama adalah *Convenience* (kenyamanan). Nasabah menggunakan *mobile banking* karena merasa nyaman ketika bertransaksi karena adanya kemudahan misalnya seperti tidak perlu untuk mengantri dibank dan dapat diakses kapan saja serta di mana saja. Adanya keefisienan inilah yang menyebabkan nasabah tetap menggunakan *mobile banking*, karena kunci sebuah produk jasa diterima adalah disaat terdapat rasa nyaman dalam menggunakan produk tersebut.

Faktor kedua adalah *Performance* (kinerja), *mobile banking* memiliki kinerja yang praktis khususnya dalam transaksi pembayaran sangat membantu dalam masa milenial yang memiliki gaya hidup serba praktis ini. Bank telah memfasilitasi menu transaksi pembayaran yang terdapat pada *mobile banking* dengan kinerja yang mudah dipahami. Dengan adanya inovasi dari kinerja dunia perbankan mengakibatkan semakin mudah dalam menggunakan sistem

yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan dioperasikan dapat membantu usaha, baik menurut tenaga ataupun waktu.

Faktor yang selanjutnya adalah *Privacy* (keamanan identitas), ketika kita menggunakan *mobile banking* maka kita akan memberikan kepercayaan kita dengan menyerahkan identitas dan data pribadi. Semakin maju teknologinya maka kejahatan dalam menggunakan teknologi juga berkembang, serangan peretas akan muncul, mereka mungkin dapat memecahkan data, identitas, dan uang pelanggan. Bank sebagai penyedia layanan *mobile banking* diharapkan dapat berkomitmen untuk memastikan kerahasiaan dan keamanan data pelanggan.

Namun dibalik banyaknya peminat *mobile banking*, terdapat pula nasabah yang enggan menggunakan aplikasi *mobile banking* dikarenakan mereka malas untuk mengurus aktivasi *mobile banking* di bank, mereka berpendapat bahwa proses tersebut rumit dan membutuhkan waktu yang lama. Alasan lain tidak menggunakan *mobile banking* untuk mencegah mereka agar tidak berperilaku konsumtif karena bersifat mudah dalam melakukan transaksi pembayaran.

Salah satu faktor yang mempengaruhi transaksi pembayaran nasabah adalah kemudahan bertransaksi. Lakukan pembayaran pelanggan saja perlu menghubungkan ponsel cerdas Anda ke internet tanpa harus mengantri di bank. Sejalan dengan keunggulan dan kenyamanan *mobile banking* dampak negatifnya juga bisa terjadi, dengan kemudahan transaksi pembayaran toko

online dan *mobile banking* yang menyebabkan tingkat konsumsi masyarakat semakin tinggi, terutama bagi kalangan milenial. Kinerja bank di *mobile banking* dinilai sangat cepat dan mudah dalam proses transaksinya, dan dalam hitungan detik saja uang sudah bisa dikirim ke rekening target. Juga pastikan bahwa sistem keamanannya sangat aman karena hanya ada sedikit kerentanan atau kesalahan pengiriman, karena rekening tujuan selalu dikonfirmasi berkali-kali selama transaksi. Lebih lanjut, aturan yang ditetapkan Bank Indonesia secara jelas mengatur dasar hukum transaksi berbasis tekfin.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Convenience, Performance Dan Privacy* Dalam Penerapan Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalam Berbelanja *Online* (Studi Pada Konsumen *E-Commerce* Yang Melakukan Pembayaran *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Convenience* dalam *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online* ?
2. Bagaimana pengaruh *Performance* dalam *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online* ?
3. Bagaimana pengaruh *Privacy* dalam *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Convenience* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *Performance* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *Privacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dalam berbelanja *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a) Peningkatan wawasan dan pengetahuan tentang perkembangan *financial technology*.
 - b) Meminimalisir perilaku konsumsi milenial belanja online.
2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi masyarakat luas, temuan ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang penggunaan *mobile banking* dalam belanja online.
 - b) Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
 - c) Bagi penulis, penelitian ini menjanjikan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman di bidang ekonomi, dan perkembangan teknologi informasi.

d) Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya