

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

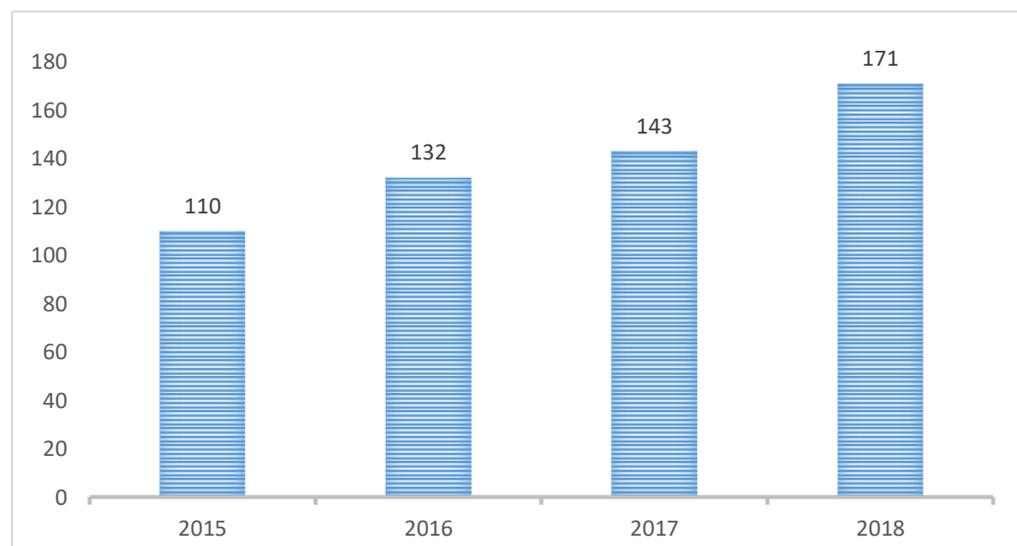
Dalam beberapa tahun, terakhir teknologi informasi terus mengalami kemajuan yang sangat pesat. Pada tahun 2019 ini, berkat adanya kemajuan teknologi informasi, *handphone* yang dulu dianggap sebagai sebuah barang kebutuhan sekunder ataupun tersier, sekarang ini sudah menjadi salah satu sebuah kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada awal tahun 2000, *handphone* yang hanya digunakan sebagai alat untuk telepon dan mengirim *short message service* (SMS), kini *handphone* telah berubah menjadi semakin pintar dan fungsinya semakin beragam. *Handphone* jenis ini biasa disebut dengan *smartphone*.

Smartphone adalah *handphone* yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Selain memiliki fungsi-fungsi lama *handphone*, *smartphone* memiliki fungsi lainnya yang beberapa diantaranya adalah mengambil foto dan video, mengakses internet, memesan makanan, memesan transportasi, melakukan belanja *online*, bermain *games* dan hal-hal lainnya yang tadinya hanya bisa dilakukan melalui perangkat komputer, kini dapat diakses melalui fitur-fitur yang ada dalam *smartphone*. Berkat fungsi-fungsi baru yang ada di *smartphone*, kini masyarakat juga dapat melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* mereka.

Di Indonesia, berkat adanya perkembangan teknologi informasi khususnya dalam hal *handphone* dan internet, pengguna kedua hal tersebut

terus mengalami kenaikan. Berdasarkan data yang di ambil dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2018, jumlah populasi indonesia berjumlah lebih dari 264 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyimpulkan bahwa sebesar 64,8% atau lebih dari 171 juta masyarakat indonesia merupakan pengguna internet. Jumlah ini naik sebesar 10,12% dari tahun sebelumnya. Jumlah ini diprediksi akan terus mengalami kenaikan.

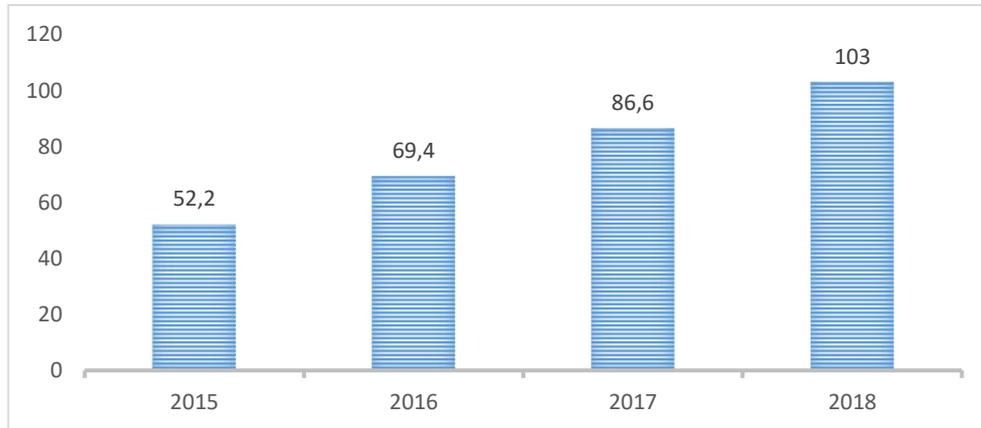
Grafik 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia (dalam juta jiwa)



Sumber: APJII

Sebanding dengan jumlah pengguna internet indonesia yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, jumlah pengguna *handphone* khususnya pengguna *smartphone* di indonesia juga terus mengalami kenaikan. Pada tahun 2018, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 103 juta. Jumlah ini naik dari tahun 2017 yang jumlahnya sebesar 86,6 juta.

Grafik 1.2
Pertumbuhan Pengguna *Smartphone* di Indonesia (dalam juta)



Sumber: (APJII)

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi terutama berupa *smartphone* dan internet yang semakin mudah diakses. Internet kini bisa diakses di genggamannya masing-masing pemilik *handphone* pintar tersebut. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi ini, banyak bank memanfaatkan hal ini dengan mengeluarkan layanan baru yang berupa *mobile banking*. Layanan baru berupa *mobile banking* ini didasari pada layanan sebelumnya berupa *internet banking*. *Internet banking* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank yang memanfaatkan jaringan internet untuk melakukan transaksi perbankan. *Internet banking* pertama kali muncul di Amerika Serikat pada tahun 1990an, dimana perbankan disana memperkenalkan layanan ini untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik.

Menurut Allenz dan Hamilton (1996) dalam Hartanto (2013) melalui *internet banking*, bank mendapatkan beberapa manfaat dari layanan ini.

Manfaat pertama adalah *business expansion*, sebelum adanya *internet banking*, untuk melakukan operasi perbankan, bank perlu memiliki berbagai kantor cabang untuk beroperasi dilain tempat atau daerah. Dengan adanya *internet banking*, proses perbankan bisa dilaksanakan melalui internet tanpa harus bertatap muka antara nasabah dan bank. Manfaat kedua adalah *customer loyalty*. Nasabah akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus ke kantor bank diberbagai tempat. Manfaat ketiga adalah *competitive advantage*. Bank yang memiliki layanan *internet banking* memiliki keunggulan lebih berupa kemudahan mengakses transaksi perbankan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki layanan ini. Manfaat keempat adalah *new business model*. *Internet banking* memungkinkan adanya model baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat. Selain beberapa manfaat diatas, *internet banking* juga meningkatkan efisiensi biaya. Dalam penelitiannya, Allenz dan Hamilton juga menyatakan bahwa estimasi biaya transaksi perbankan dikantor cabang di Amerika Serikat adalah USD 1,07, sedangkan melalui *internet banking* estimasi biayanya adalah USD 0,15. Manfaat lain dari *internet banking* adalah, nasabah dapat mengakses layanan perbankan selama 7 x 24 jam.

Berbeda dengan *internet banking* yang dasarnya memanfaatkan jaringan internet, *mobile banking* adalah layanan yang memanfaatkan langsung dari perkembangan *handphone* dalam bentuk *smartphone* dan jaringan internet dalam bentuk sebuah aplikasi pada *smartphone*. Nantinya apabila ada nasabah yang ingin menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah tersebut dapat

mengunduh aplikasi *mobile banking* yang sudah diluncurkan oleh bank mereka masing-masing. Untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* ini, nasabah hanya perlu memastikan bahwa koneksi internet di *smartphone* mereka dalam kondisi aktif. Dari segi manfaat, *mobile banking* memiliki manfaat yang sama dengan *internet banking* namun menawarkan keunggulan lain dalam bentuk kemudahan aksesnya dibanding dengan *internet banking*.

Melihat jumlah pertumbuhan pengguna *smartphone* dan internet indonesia serta adanya potensi peningkatan transaksi serta keunggulan dan manfaat dari layanan *mobile banking* yang bisa dirasakan oleh bank dan nasabah, Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai salah satu bank syariah terbesar di Indonesia merasa perlu meluncurkan layanan *mobile banking*. Seperti yang diutarakan oleh Achmad Syafii, Direktur Technology and Operation BSM, layanan *mobile banking* BSM ini selain memiliki fungsi pada *mobile banking* pada umumnya, layanan baru ini memiliki fitur yang mendukung mempermudah umat melaksanakan ibadah. Fitur ini berupa fitur kurban, wakaf, dan infaq. Hal ini sesuai dengan hadist yang berbunyi :

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah orang yang bermanfaat bagi manusia lain” (HR. Ahmad, Thabrani, Daruquthni).

Selain itu, melalui adanya mandiri syariah mobile, diharapkan adanya peningkatan transaksi yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya *fee based income*. Pada mulanya BSM meluncurkan layanan *mobile banking* yang bernama BSM *Mobile banking* GPRS. Akhirnya di tahun 2018, BSM

meluncurkan layanan *mobile banking* baru yang diberi nama Mandiri Syariah Mobile.

Dari berbagai manfaat yang ditawarkan dengan adanya layanan *mobile banking*, namun jumlah pengguna *mobile banking* terutama pada BSM masih tergolong rendah. Berdasarkan laporan kinerja BSM hingga September 2019, BSM telah memiliki 8 juta rekening dan namun hanya terdapat 973 ribu pengguna layanan *mobile banking*. Jika dilihat dari persentasenya, pengguna *mobile banking* BSM masih berada pada kisaran 12% dari total jumlah rekening yang ada. Dalam menghadapi hal-hal baru, masyarakat pada umumnya memperhatikan manfaat, kemudahan, kemampuan, fasilitas, keamanan dan kepercayaan sebelum mengambil keputusan akan menggunakan layanan tersebut atau tidak.

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Faria (2012), disimpulkan bahwa kemudahan menjadi pertimbangan dalam menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan penggunaan merupakan suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Wibowo, 2006 dalam Fadlan dan Dewantara, 2018).

Kemampuan dari nasabah serta fasilitas pendukung dianggap sebagai faktor lainnya dalam penggunaan hal baru seperti yang telah disimpulkan oleh Mostafa (2018).

Faktor keamanan dari layanan *mobile banking* serta kepercayaan nasabah terhadap bank dan layanan yang disediakan juga tidak kalah pentingnya. Hal ini sesuai dengan kesimpulan penelitian oleh Cahyo (2014) mengenai faktor keamanan dan Gharaibeh (2018) tentang kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, muncul ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Terhadap Penggunaan *Mobile banking***”. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Ease of use*), kemampuan dari pengguna (*Self-efficacy*), fasilitas pendukung (*Facilitating condition*), keamanan (*Security*) dan kepercayaan (*Trust*). Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah BSM terhadap penggunaan mandiri syariah mobile. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah nasabah bank syariah mandiri di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut, yaitu :

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah *Ease of use* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?

3. Apakah *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
4. Apakah *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
5. Apakah *Security* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
6. Apakah *Trust* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. Mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
2. Mengetahui apakah *Ease of use* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
3. Mengetahui apakah *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
4. Mengetahui apakah *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
5. Mengetahui apakah *Security* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?
6. Mengetahui apakah *Trust* berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank syariah pada penggunaan *mobile banking*?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Memberikan kontribusi dan masukan bagi bank syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan *mobile banking*, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi tambahan bagi bank syariah.
2. Bagi akademisi, penelitian ini dapat memberikan pemahaman tambahan mengenai persepsi nasabah bank syariah terhadap *mobile banking* . Serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya