

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pemanfaatan internet telah banyak menciptakan peluang bisnis baru, baik secara internasional maupun global. Perkembangan teknologi semakin pesat dari tahun ke tahun sehingga mendukung keberhasilan suatu bisnis atau organisasi dalam persaingan bisnis. Dengan demikian juga dapat berdampak pada peningkatan interaksi antar individu agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mudah. Hal tersebut memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan juga komunikasi, baik dalam hal ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan secara langsung ataupun tidak. (Suyono, 2018)

Sektor keuangan merupakan salah satu sektor industri yang mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Pengaruh dari perkembangan teknologi informasi ini menyebabkan perkembangan ekonomi digital. Di Indonesia, perkembangan digital berjalan cukup cepat. Banyaknya startup-startup Indonesia yang mulai banyak berdatangan dan menunjukkan berbagai macam inovasi yang akan memudahkan kita dalam menjalankan kegiatan. Ekonomi digital di Indonesia bergantung pada taksi online, perjalanan, dan juga e-commerce. Hingga Agustus 2019, 28 perusahaan fintech terdaftar di 15 klaster inovasi keuangan digital, menurut Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selain itu, sejauh ini menyangkut fintech, 127 perusahaan telah mendarat di antara perusahaan-perusahaan di industri yang sama. Temasek, Google dan Bain & Co. Mengatakan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia pada akhir tahun 2019 merupakan yang terbesar di Asia Tenggara, sehingga mencapai \$40 miliar atau setara dengan RP 566,28

triliun. (<https://www.alphajwc.com/id/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-menjadi-yang-paling-pesat-di-asean-2/>) Pendapatan tersebut menjadikan Indonesia negara yang memiliki kontributor terbesar dan tercepat dalam perkembangan ekonomi digital atau ekonomi yang berbasis internet di Asia Tenggara. Ekonomi digital pun semakin pesat di tengah pandemi, hal tersebut didorong dengan perubahan perilaku masyarakat di masa pandemi. Masyarakat banyak melakukan aktivitas di rumah dan lebih memilih melakukan *less contact economy* yaitu berbelanja daring. Pandemi Covid-19 ini merubah perilaku konsumen dan peta kompetisi bisnis para pelaku usaha. Dikarenakan terjadinya perubahan pola konsumsi pada barang dan jasa dari luring (*offline*) ke daring (*online*) yang berkembang sekitar 15%-20%. Dari bagian pelaku usaha, sebanyak 37% konsumen baru menggunakan ekonomi digital pasca pandemi ini. Selain itu, 45% wirausaha juga secara aktif melakukan kegiatan penjualan melalui *e-commerce* selama pandemi. Secara umum, produk domestik bruto (PDB) ekonomi digital pada tahun 2020 mencapai US\$44 miliar atau tumbuh menjadi 11% dari 2019. Bahkan McKinsey Global Institute (MGI) memprediksikan bahwa ekonomi digital akan mampu menyumbangkan sebesar US\$130-US\$150 miliar bagi pertumbuhan PDB di Indonesia pada tahun 2025. Selain itu, dalam jangka panjang besaran kontribusinya akan mencapai 3,0%. (<https://kominform.go.id>). Pergeseran pola konsumsi masyarakat tersebut juga mendorong UMKM yang tadinya melalui cara konvensional menjadi turut beradaptasi menggunakan *e-commerce*. Sebanyak 1 dari 5 pelaku usaha yang aktif menjual di *e-commerce* adalah pengguna baru. Pada akhir 2020 terdaftar sebanyak 11,7 juta UMKM yang akan berganti ke bisnis daring.

Saat era digital ini perkembangan sektor keuangan ditandai dengan adanya gaya hidup yang menggunakan mobile berbasis aplikasi. Gaya hidup tersebut masuk dalam segala sektor termasuk sektor perbankan. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk berpartisipasi dalam pemanfaatan internet. Dengan ini, akan membuat dunia perbankan dapat

menjadi lebih maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik untuk para nasabah bukan hanya dengan cepat dalam melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan para nasabah langsung datang ke bank dan mengantri di bank maupun di ATM. Kemudahan tersebut dapat bank berikan dengan pelayanan berupa Mobile Banking. Dengan banyaknya penggunaan smartphone dan internet maka aplikasi Mobile Banking banyak diminati oleh nasabah. Selain itu hal tersebut memang diminati oleh para kelompok milenial. (Rahayu, 2015)

Mobile banking merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah dalam melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Konsumen (nasabah) hanya perlu menggunakan Smartphone miliknya, baik itu handphone ataupun tablet dengan dihubungkan ke internet untuk dapat mengakses Mobile Banking tersebut. Mobile banking merupakan pemanfaatan teknologi sebagai media untuk perbankan melakukan transaksi dan kegiatan ini pun menggunakan smartphone sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dan bank. Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa perlu datang ke bank ataupun ATM kecuali penarikan uang secara cash. Mobile banking dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi oleh waktu. Layanan dalam Mobile Banking meliputi berbagai macam yaitu : transaksi finansial dan non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dapat dilakukan lewat smartphone. (Laksana, 2015)

Bank syariah juga merupakan perbankan yang menyajikan fitur layanan Mobile Banking untuk para nasabah yang menggunakan bank syariah. Maka dengan adanya fitur Mobile Banking bank syariah juga ikut andil untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Pada layanan Mobile banking juga dapat mengurangi biaya pada transaksi didalam bank tersebut. Nasabah di bank syariah menikmati dengan adanya fasilitas Mobile Banking pada bank syariah selama 24 jam untuk melakukan berbagai macam transaksi

finansial ataupun non finansial. (Tirtana & Sari, 2014) Transaksi finansial tersebut antara lain yaitu transfer dana antar rekening atau antar bank, membayar pengeluaran rutin bulanan seperti listrik, pembelian pulsa, membayar zakat dan juga membayar kredit. Sedangkan transaksi non finansial seperti informasi saldo, mutasi rekening dan juga mengganti pin. Keunggulan salah satu yang ditawarkan oleh bank syariah dalam fasilitas Mobile Banking dapat dibandingkan dengan fasilitas Mobile Banking yang dimiliki oleh bank konvensional yaitu fitur-fitur yang bernuansa islami. Salah satunya ialah tersedianya pembayaran zakat dan juga wakaf secara online. Layanan mobile banking pada bank syariah juga mengalami peningkatan dan kemajuan yang pesat. Bank syariah juga terus mengoptimalkan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Maka dengan itu bank syariah juga menambahkan lebih banyak fitur-fitur di Mobile Banking agar memudahkan para nasabah dalam bertransaksi. Mobile banking kini tidak hanya digunakan para pebisnis, akan tetapi sudah digunakan oleh nasabah bank secara umum karena kemudahannya dalam melakukan transaksi. (Afifah, 2017)

Generasi Milenial kelompok demografis setelah generasi X, mereka merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980-an sampai 2000. Generasi milenial cenderung unik dibandingkan dengan generasi sebelum-sebelumnya, keunikan ini terletak pada penggunaan teknologi serta budaya musik yang sangat kental di mereka (Budiati dkk .,2018). Hampir dapat dipastikan generasi milenial menggunakan teknologi. Dengan adanya teknologi mereka dapat menumbuhkan jiwa entrepreneurshipnya dan menangkap peluang untuk berwirausaha dan menjadikannya sebagai mata pencaharian. Dengan banyaknya generasi milenial ini menjalankan bisnis online merupakan hal yang positif bagi terealisasinya gerakan entrepreneurship (kewirausahaan) yang beberapa tahun belakangan ini memang menjadi sebuah program kebijakan pemerintah. Oleh karena itu dengan adanya generasi milenial secara tidak langsung justru membuat tuntutan modernitas layanan yang berbasis digital. Tentu hal tersebut membutuhkan kesiapan dan investasi yang tidak murah bagi pelaku usaha

bisnis. Proses panjang peran uang juga bergeser ketika transaksi tidak lagi offline namun menjadi online secara virtual. Pertarungan bisnis pada era milenial ini sangat ketat dan juga sulit diprediksi. Hal tersebut tidak lepas dari karakteristik konsumennya. Disadari bahwa generasi milenial ini dibesarkan oleh teknologi dan kemudahan informasi. Mereka serba kritis, serba cepat, serba instan dan juga terbebas dari comfort zone. Sangat disadari bahwa pertumbuhan ekonomi saat ini bergantung pada konsumernya yaitu generasi milenial.

Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 yang dilakukan BPS pada Februari-September 2020, jumlah generasi milenial mencapai 69,90 juta jiwa atau 25,87%. Pada saat ini generasi milenial yang berjaya dalam wirausaha berbasis online, karena teknologi yang menjadi sarana utama bisnis online. Sebagai contohnya dalam kehidupan sehari-hari banyak mahasiswa yang tidak mempunyai pekerjaan tetap lebih memilih untuk terjun ke dunia bisnis online dengan modal yang tidak begitu besar dan tanpa harus memiliki tempat, mahasiswa pun cukup memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usaha melalui media sosial, yaitu bisnis secara online seperti olshop. Dengan adanya olshop, mereka dapat bekerja dari rumah saja dan dapat menghasilkan pendapatan. Jika sebelumnya untuk meraih pangsa pasar para pelaku bisnis harus menggunakan berbagai strategi pemasaran yang efektif, maka kali ini dengan berbekal alat digital saja dapat meraih pangsa pasar dengan melakukan pemasaran di berbagai media sosial seperti instagram, twitter, whatsapp, dan facebook. (Maryati & Masriani, 2019)

Dengan itu, generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi internet. Faktor-faktor yang mempengaruhi generasi milenial ini dalam menggunakan sistem informasi apapun berkaitan dengan adanya Mobile Banking. Kemudian penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan karena layanan Mobile Banking memiliki prospek besar di kalangan generasi milenial yang memang pada dasarnya menggunakan teknologi yang dapat mempermudah melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank secara langsung. (Laksana, 2015) Yang juga

memudahkan bagi generasi milenial ini menggunakan mobile banking karena penggunaannya sangat mudah, tidak menggunakan banyak waktu dan juga praktis yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Salah satu nasabah yang perlu diperhatikan oleh pihak perbankan yaitu Mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang sekarang paling banyak menggunakan internet dan juga smartphone. Mahasiswa juga merupakan peran yang aktif dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking. Begitu juga dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mahasiswa pun sebagai seorang nasabah memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan Mobile Banking. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan aplikasi atau layanan Mobile Banking ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu pula dengan faktor resiko dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank tersebut. Akan tetapi sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah akan kurang berminat menggunakan aplikasi atau layanan Mobile Banking. Dan juga tidak sedikit nasabah yang belum menggunakan layanan Mobile Banking karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka. (Fakhrurozi, 2018)

Maka dengan itu pihak bank harus bekerja keras dalam hal untuk memasarkan layanan ini kepada masyarakat untuk menarik nasabah dengan menggunakan layanan Mobile Banking. Kegiatan pemasaran tersebut harus selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berpotensi profit maupun usaha-usaha sosial. Dalam hal memasarkan bank memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui proses pemasaran tersebut. Salah satunya tujuan pemasaran bank yaitu memaksimalkan konsumsi atau memudahkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Dengan begitu pihak bank harus andil yang besar dalam hal memasarkan fasilitas Mobile Banking ini agar masyarakat lebih meminati lagi untuk menggunakan fasilitas tersebut.

Dari permasalahan diatas maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking pada syariah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
4. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
5. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan mobile banking syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dengan melihat perumusan masalah diatas maka, tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Syariah.
2. Mengetahui persepsi kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Syariah.

3. Mengetahui persepsi risiko mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Syariah.
4. Mengetahui persepsi keamanan mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Syariah.
5. Mengetahui persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Syariah.

D. Manfaat penelitian

Mengenai manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian ini menjadi bahan informasi untuk mahasiswa dengan meningkatkan persepsi mahasiswa terhadap Mobile Banking Syariah.
2. Untuk menambah wawasan mahasiswa tentang faktor persepsi kemanfaatan yang mempengaruhi Mobile Banking Syariah.
3. Untuk menambah wawasan mahasiswa tentang faktor persepsi kemudahan yang mempengaruhi Mobile Banking Syariah.
4. Untuk menambah wawasan mahasiswa tentang faktor persepsi risiko yang mempengaruhi Mobile Banking Syariah.
5. Untuk menambah wawasan mahasiswa tentang faktor persepsi keamanan yang mempengaruhi Mobile Banking Syariah.